

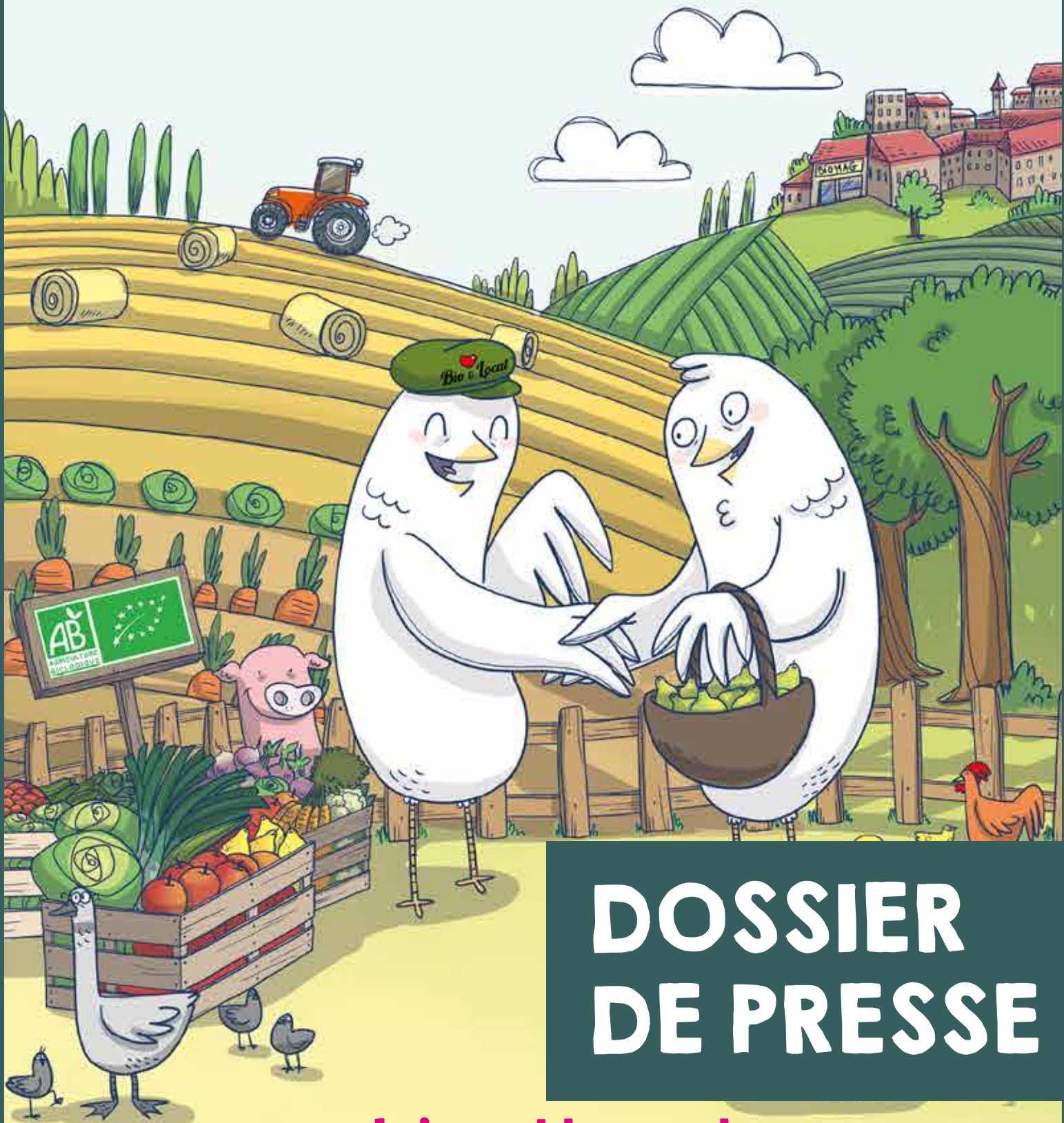
MANGER

BIO  
LOCAL  
C'EST L'IDEAL

DU 16 au 24 SEPTEMBRE

2017

RENDEZ-VOUS AVEC LES PRODUCTEURS BIO PRÈS DE CHEZ VOUS



# DOSSIER DE PRESSE

[www.bioetlocal.org](http://www.bioetlocal.org)

Une campagne organisée par  
le réseau FNAB



en partenariat avec





# CAMPAGNE NATIONALE : MANGER BIO ET LOCAL C'EST L'IDÉAL !

## Des événements partout en France du 16 au 24 septembre 2017 pour rencontrer les acteurs de l'agriculture bio, près de chez vous.

200 événements en 2014, 300 en 2015, plus de 500 en 2016 : à l'image de l'agriculture biologique, la campagne nationale Manger bio et local c'est l'idéal ! prend chaque année plus d'ampleur. Organisée par la FNAB (Fédération Nationale d'Agriculture Biologique), elle revient en septembre 2017 pour une nouvelle édition en forme de contribution directe aux États Généraux de l'Alimentation, avec un mot d'ordre :

### Une alimentation bio et équitable pour tous !

La crise de l'agriculture productiviste est à la fois celle de pratiques néfastes pour l'environnement et la santé, c'est aussi celle de filières qui tirent les prix vers le bas et ne permettent pas aux paysans de vivre de leur travail.

Face au modèle conventionnel à bout de souffle, les agriculteurs bio et leurs partenaires portent le projet d'avenir d'une alimentation saine et accessible à tous, qui s'inscrit dans des échanges équitables.

Ils ne sont pas seulement les promoteurs de pratiques respectueuses de la nature et de la santé, ils ont également initié des démarches commerciales novatrices :

- **En développant les circuits courts** dans un rapport de proximité et de transparence avec les consommateurs : vente à la ferme et sur les marchés, paniers bio et AMAP, magasins de producteurs... Plus de 50% des agriculteurs bio pratiquent la vente en directe !
- **En structurant des partenariats de filières basées sur les principes du commerce équitable** : avec notamment la création d'organisations de producteurs sectorielles (Unebio, Bio Direct, Biolait...) et régionales (Norabio, Bio Loire Océan, APFLBB...), la collaboration avec des réseaux de distribution alliant consommateurs et producteurs (Biocoop) et la contractualisation avec des opérateurs économiques.

Aujourd'hui, cependant, avec un marché en forte croissance (22,7% en 2016) sur lequel les enseignes de la grande distribution entrent en force, les agriculteurs bio sont conscients du risque de guerre des prix.



La FNAB travaille ainsi à la promotion de filières françaises labellisées à la fois bio et commerce équitable, qui garantissent aux producteurs une rémunération juste et stable.

- **Pour que les filières bio françaises puissent légalement se revendiquer du commerce équitable** la FNAB a oeuvré avec succès en partenariat avec la Plate-Forme pour le Commerce Equitable (PFCE). La terminologie "commerce équitable", qui était jusqu'alors réservée aux seuls échanges entre les pays du Nord et les pays du Sud est désormais étendue aux échanges entre des producteurs et des acheteurs français, grâce à la loi sur l'Economie Sociale et Solidaire de 2014.
- **Le réseau FNAB assure un accompagnement au quotidien** des producteurs, des opérateurs économiques et des collectivités pour la mise en œuvre d'échanges équitables.
- **La FNAB soutient les démarches et les labels à la fois bio et équitables** comme le label Biopartenaire et les marques "Ensemble" de Biocoop ou "Paysans d'ici" de la Scop Ethiquable.

Les citoyens seront les premiers, par leurs choix de consommation, à permettre le développement de ces filières bio et équitables en France.

Visites de fermes, dégustations, marchés bio, conférences, débats... Découvrez les événements prévus près de chez vous dans le cadre de la campagne Manger bio et local c'est l'idéal ! en consultant dès le début du mois de septembre le site Internet :

**[www.bioetlocal.org](http://www.bioetlocal.org)**



## **La campagne Manger bio et local c'est l'idéal**

P. 4 • Origine et objectifs de la campagne.

P. 5 • Manger Bio et Local c'est l'idéal pour ... l'économie, la santé, l'environnement et une garantie du champ à l'assiette !

## **La croissance oui, mais dans le respect des valeurs du mouvement bio**

P. 6 • Chiffres clés de la bio en 2016.

P. 7 • La Charte des valeurs du réseau FNAB.

## **Une alimentation bio et équitable pour tous**

P. 8-9 • « Il faut faire la guerre du prix le plus juste. » Interview de Stéphanie Pageot, présidente de la FNAB.

P. 9 • Le commerce équitable selon la loi.

P. 10 • Le triptyque bio, local et équitable.

P. 11 • « Commerce équitable, consommation responsable » par Marc Dufumier, Président de la PFCE.

P. 12 • La collaboration FNAB – PFCE pour le développement de filières bio et équitables.

P. 13 • Les labels et démarches bio et équitables.

P. 14 • « Bio, équitable et plus encore ! » témoignage de Serge Le Heurte, Biocoop.

P. 15 • « Des prix qui reflètent les réalités de notre métier » témoignage de François Péloquin, du GIE Ferme de Chassagne.

P. 16 • Une restauration collective bio, locale et équitable : c'est possible ! Interview de Eric Grunewald, coordinateur d'un groupement de plateformes bio pour la restauration collective.

## **Informations pratiques**

P. 17 • Le programme des événements.

P. 18 • Contacts presse et partenaires.

## LA CAMPAGNE

## « MANGER BIO ET LOCAL, C'EST L'IDÉAL »



« Manger Bio et Local, c'est l'Idéal » est une campagne d'information destinée à mieux faire connaître la vente directe bio et les circuits courts à l'ensemble des consommateurs.

Pour la septième année consécutive, cette initiative des producteurs bio prend une dimension nationale.

Du 16 au 24 septembre, venez à la rencontre des agriculteurs biologiques sur l'ensemble du territoire.

Devenue un rendez-vous incontournable sur l'ensemble du territoire à l'arrivée de l'automne, la campagne « Manger Bio et Local, c'est l'idéal » est l'occasion pour les membres du réseau FNAB (Fédération Nationale de l'Agriculture Biologique) et les producteurs bio français d'aller à la rencontre des consommateurs. Initiée à l'origine par les agriculteurs bio de Rhône-Alpes, cet événement est désormais relayé depuis 7 ans par les fédérations régionales adhérentes à la FNAB.

Objectif de cette manifestation : promouvoir la consommation de produits biologiques locaux via un programme d'événements riches et variés.

Plus de 500 événements sont prévus dans toutes la France : fermes ouvertes, conférences, animations sur les marchés, cinés-débat, colloques, repas bio en restauration collective...

Retrouvez le programme complet dès le début du mois de septembre sur le site : [www.bioetlocal.org](http://www.bioetlocal.org)



# MANGER BIO ET LOCAL C'EST L'IDÉAL POUR ...



## ... L'ÉCONOMIE



• La bio est créatrice d'emploi en milieu rural : seulement 5,7% de la SAU (surface agricole utile) mais qui représente déjà 10,8% de l'emploi agricole en France.

L'agriculture bio emploie en moyenne 60% de main d'œuvre en plus. Lorsqu'un consommateur achète un produit bio, il soutient l'emploi en France.

(Source : Agence Bio - 2017)

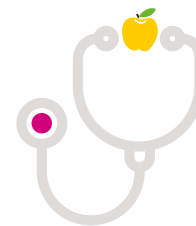
• En privilégiant les circuits courts et la transformation à la ferme des produits bio, les agriculteurs bio créent des fermes viables, dont la valeur ajoutée est réinvestie localement.

• Par leur diversification les fermes bio participent à l'image d'un terroir et donc à son attractivité touristique.

• Le traitement des eaux induit par l'utilisation des pesticides et engrais chimiques engendre un **surcoût de 7 à 12% sur les factures des usagers**. La bio est donc une solution pour éviter les coûts de dépollution.

(Etudes et documents, Commissariat au Développement Durable, septembre 2011)

## ... LA SANTÉ



• La bio, étant un mode de production fondé sur la **non-utilisation de produits chimiques et d'OGM**, peut prévenir les risques pour la santé de toute la population.

Les personnes les plus exposées à ces substances restent les agriculteurs eux-mêmes. Ainsi, la maladie de Parkinson a été reconnue en 2012 comme maladie professionnelle pour les agriculteurs, du fait de l'exposition aux pesticides.

• La bio produit des aliments contenant **223 fois moins de résidus de pesticides**.

(Source : Génération futures, 2010)

• Les aliments bio ont une **teneur plus élevée en matière sèche, en antioxydants en vitamine C, polyphénols, magnésium et fer**. De même, des taux supérieurs en **oméga 3** dans le lait bio ont été observés.

• **117 résidus de pesticides** suspectés d'être cancérigènes ou perturbateurs endocriniens ont été détectés dans des produits non bio.

(Source : 90 arguments en faveur de l'agriculture biologique, FIBL. La qualité des produits de l'agriculture biologique, Denis Lairon, chercheur à l'INRA)

## ... L'ENVIRONNEMENT



L'agriculture biologique respecte, restaure et entretient les équilibres naturels.

• La bio **préserve la ressource en eau tant en qualité**, par la non utilisation des engrais chimiques et pesticides, **qu'en quantité** par l'adoption d'espèces rustiques mieux adaptées à leur environnement.

• La bio conserve et accroît la **fertilité physique et biologique des sols**.

• La bio a une **faible consommation d'énergie fossile** en raison de la non-utilisation d'engrais et pesticides chimiques de synthèse dont la production et le transport sont très gourmands en pétrole et dérivés.

• En bio, **l'élevage hors-sol est interdit**. Les animaux bénéficient d'une **alimentation bio** ainsi que d'une litière en paille bio. Pour les soigner, on utilise en priorité les **traitements alternatifs**. Les traitements antibiotiques sont tolérés mais limités. En cas de prise de médicament par un animal, le délai légal avant la commercialisation des produits animaux est doublé, ou à défaut, ceux-ci sont déclassés en conventionnel.

## ... UNE GARANTIE DU CHAMP À L'ASSIETTE !



L'agriculture biologique : le mode de production agricole le plus contrôlé en France

• Les organismes certificateurs apportent la garantie et la **traçabilité** nécessaire au consommateur quant à l'utilisation de pratiques de production respectueuses de l'environnement.

• Le logo « eurofeuille » obligatoire depuis 2010 dans tous les pays de l'Union Européenne permet une lisibilité au niveau européen et garantit aux consommateurs un **contrôle de conformité au cahier des charges au moins une fois par an**.

• Le sigle français AB, ainsi que d'autres sigles de certification privés, peuvent être apposés en complément.





# CHIFFRES CLÉS DE LA BIO 2016

Chiffres au 1er janvier 2017 - Source Agence Bio.

## FERMES



**32 326**

fermes engagées en bio



**7,3 %**

des fermes françaises



**+ 12 %**

en 2016

## SURFACES



**1,5 MILLION**

d'hectares bio ou en conversion



**5,7 %**

de la SAU nationale



**+ 16 %**

en 2016

## CONSOMMATION



**7,1 milliards** d'euros : le marché des produits bio en France (5,5 milliards en 2015).

**+20 % EN 2016**

**Près de 9 Français sur 10** ont consommé bio en 2016

**Près de 7 Français sur 10** ont consommé bio au moins une fois par mois en 2016

**69 %** de consommateurs « Bioréguliers » au moins une fois par mois

**15 %** de consommateurs « Bioquotidiens » au moins une fois par jour

**76 %** des produits bio consommés en France sont produits en France

## EMPLOI



**118 000 emplois**

directement générés par la bio

**77 700** emplois directs dans les fermes

**38 200** emplois directs pour la transformation et la distribution de produits bio

**2000** emplois en équivalent temps complet pour les actions de contrôles spécifiques à la bio, conseils, recherche et formation, développement, services administratifs.

## ÉCONOMIE



**14 859** transformateurs, distributeurs et importateurs

**10 627** transformateurs

**4009** distributeurs



Dans un contexte de forte croissance du marché des produits bio, les agriculteurs du réseau FNAB ont souhaité réaffirmer et expliciter leur projet environnemental, social et économique pour un développement durable et solidaire. En avril 2016, ils ont ainsi adopté une Charte des valeurs qui fait du développement de filières équitables françaises l'une de ses priorités.

## 1 *Pour une transition écologique de notre société*

**Nous voulons promouvoir une approche systémique des fermes et une agriculture globale dans laquelle l'Homme et l'Animal vivent en harmonie avec la Nature**

- Pratiquer une agriculture sans pesticide de synthèse et économe en intrants naturels.
- Fournir à tous des aliments sains, de haute qualité gustative et nutritionnelle en adaptant les productions aux conditions de sol, de climat et de saisonnalité.
- Préserver, renouveler ou accroître le patrimoine environnemental : humus, eau, biodiversité animale et végétale, naturelle et cultivée, paysages (haies, arbres, prairies, zones humides.), biosphère.
- Être économes en ressources naturelles (énergies fossiles, eau), en emballages et en déchets, sur nos fermes et tout au long de la filière.
- Innover pour améliorer constamment nos pratiques, en favorisant les transferts de savoir-faire, la recherche et l'expérimentation.

Pour une économie équitable dans les territoires

## 2 *Pour une économie équitable dans les territoires*

**Nous voulons construire des filières innovantes, territorialisées, durables et équitables**

- Structurer des filières basées sur la coopération, la transparence et l'équité.
- Assurer la complémentarité entre productions animales et végétales sur les territoires (autonomie alimentaire des élevages, compost).
- Relocaliser l'approvisionnement et les circuits de distribution.

Bâtir des outils adaptés

- Développer des filières et des outils de transformation adaptés aux spécificités des produits bio (diversité, volumes, variétés non standardisées).
- Construire des projets agricoles territoriaux avec les collectivités locales.
- Défendre la diversité des circuits de commercialisation et favoriser le développement d'organisations collectives de producteur-rice-s bio.
- Accueillir et accompagner les nouveaux acteurs qui s'engagent dans les valeurs et le projet du mouvement bio.

Pour une société plus humaine et plus juste

## 3 *Pour une société plus humaine et plus juste*

**Nous voulons agir pour l'égalité entre les personnes et entre les territoires**

- Préserver les terres agricoles et veiller à la transmissibilité des fermes bio en favorisant la solidarité, le partage et l'entraide.
- Assurer l'accessibilité des produits bio partout et pour tou-te-s.
- Recréer du lien entre villes et campagnes, entre producteur-rice-s et consommateur-rice-s.
- Créer des emplois et assurer des conditions de travail et de rémunération justes et épanouissantes pour les producteur-rice-s et les salarié-e-s agricoles. Réorienter les politiques agricoles vers l'intérêt général.
- Contribuer à mettre en place des politiques agricoles au service de l'ensemble de la société, de l'échelon local à l'échelon européen.
- Mettre au cœur de leur définition les principes de souveraineté alimentaire et de développement durable.



## Interview de Stéphanie Pageot, Présidente de la FNAB

# IL FAUT FAIRE LA GUERRE DU PRIX LE PLUS JUSTE, PAS CELLE DU PRIX LE PLUS BAS !

### En quoi les principes du commerce équitables recourent-ils la démarche bio ?

Pour nous, la démarche bio ne s'arrête pas aux critères techniques définis par le cahier des charges du label AB. C'est un projet humaniste et solidaire, à la fois environnemental, économique et social. Face à la forte croissance du marché de la bio, la FNAB a tenu à réaffirmer ce projet en se dotant en avril 2016 d'une "Charte des valeurs" (voir page 7).

Cette approche globale s'inscrit pleinement dans la logique de l'économie sociale et solidaire. Elle est donc indissociable du commerce équitable. Nous souhaitons en effet construire des relations commerciales transparentes avec le double objectif de garantir une juste rémunération aux agricultrices-eurs bio et de permettre à tous l'accès à une alimentation de qualité, sans pesticides, ni OGM.

### Pourquoi apparaît-il important de structurer aujourd'hui en France les filières bio autour des principes de l'équité ?

Le mouvement bio a toujours été pionnier et innovant. Il a démontré que l'on pouvait produire autrement, sans utiliser de produits chimiques de synthèse, et il a été capable de créer ses propres circuits de distributions (AMAP, vente directe, organisation de producteurs, coopérative de distribution...). Aujourd'hui le succès de la bio est indiscutable, avec une croissance à deux chiffres du marché. De nouveaux acteurs arrivent et sont tentés de s'engager dans une guerre des prix. Mais il faut qu'ils fassent la guerre du prix le plus juste, pas celle du prix le plus bas ! Sinon nous arriverons au même résultat que l'agriculture conventionnelle. Les principes du commerce équitable doivent donc s'appliquer partout : c'est une condition nécessaire pour que de plus en plus de productrices et de producteurs aient envie de passer en bio et pour que l'acte d'achat des "consom'acteurs" garde du sens.

### Le réseau FNAB accompagne au quotidien les agriculteurs, les producteurs bio, mais aussi des opérateurs économiques et des collectivités locales pour mettre en œuvre les principes du commerce équitable. Pouvez-vous nous donner quelques exemples ?

Les conseillers de notre réseau interviennent directement auprès des agriculteurs pour les aider à calculer un juste prix, qui assure la pérennité de leurs exploitations. Nous avons d'ailleurs mis au point un outil spécifiquement dédié. Plus largement, nous encourageons et accompagnons

la création de groupement d'agriculteurs qui permettent de mieux maîtriser la commercialisation des produits. Nous animons par exemple depuis sa création, en 2011, l'association CohéFlor Bio, qui rassemble des producteurs de fruits et légumes bio de toute la France dans le but de développer des relations économiques basées sur la coopération et non sur la concurrence.

Nous accompagnons également la construction de filières autour des principes du commerce équitable, en mettant en relation les producteurs avec les autres acteurs du marché (transformateurs, distributeurs, collectivités, consommateurs...) et en les aidant à créer des relations de confiance, de transparence et de long terme. Dans les Hauts de France, par exemple, notre réseau (Gabnor) a ainsi été contacté par des hypermarchés Leclerc qui cherchaient des producteurs bio pour se fournir. Au lieu de leur fournir une liste clé en main, nos conseillers les ont amenés à s'engager dans une démarche de partenariat avec les producteurs bio de la région.

À l'échelle nationale, la FNAB travaille depuis un an et demi avec Picard Surgelés, qui souhaite développer sa gamme de produits bio français. Nous ne les aidons pas seulement à identifier des producteurs. Nous avons organisé des formations sur l'agriculture bio, des rencontres avec les agriculteurs, des visites de fermes, car il est important de commencer par se connaître pour établir des rapports de confiance. Nous accompagnons maintenant la phase de contractualisation, qui devra intégrer les principes du commerce équitable.

Enfin, la FNAB intervient auprès des pouvoirs publics. Nous avons notamment œuvré en partenariat avec la PFCE (Plate-Forme pour le Commerce Equitable) pour que les filières françaises soient autorisées à se revendiquer du Commerce Equitable, ce que la loi réservait avant 2014 au seul commerce Nord-Sud





## Quel rôle peuvent jouer l'Union Européenne, l'Etat et les collectivités pour le développement de filières locales bio et équitables ?

Pour créer des filières relocalisées et équitables, il est important de faire travailler ensemble autour d'un même projet tous les maillons de la chaîne : les productrices-eurs, les transformatrices-eurs, les distributrices-eurs, les consommatrices-eurs et les collectivités. Les pouvoirs publics doivent aider ces acteurs à se rencontrer et à œuvrer ensemble. Aujourd'hui, on parle beaucoup de la crise de la ruralité. La création de filières locales bio et équitables est une opportunité dont doivent se saisir nos élus pour créer de l'activité sur les territoires. L'agriculture bio est un gisement d'emplois. Elle représente aujourd'hui 6% de la surface agricole française, mais déjà plus de 10% de l'emploi agricole ! Et il s'agit d'un mode de développement durable qui préserve les biens communs que sont l'eau, l'air, le sol, la biodiversité, les paysages, etc. Tout le monde est gagnant !



## Qu'attendez-vous, sur ce point, des Etats Généraux de l'Alimentation ?

Nous attendons des décisions politiques fortes pour accompagner la nécessaire transition de l'agriculture autour du triptyque "bio, local et équitable". La France doit afficher son ambition de devenir le premier pays bio d'Europe !

## LE COMMERCE EQUITABLE SELON LA LOI :

La loi relative à l'Économie Sociale et Solidaire du 31 juillet 2014 encadre l'utilisation du terme «Commerce Équitable». Elle autorise les acteurs économiques à utiliser cette mention sur des produits français à condition que les principes fondateurs de la démarche de commerce équitable soient respectés :

- 1/ Les producteurs doivent être organisés dans des structures à gouvernance démocratique (pas de relations commerciales avec un producteur isolé).
- 2/ Un engagement commercial d'un minimum de 3 ans.
- 3/ Un prix rémunérateur pour les producteurs, établi sur la base des coûts réels de production et dans le cadre d'une négociation équilibrée.
- 4/ L'octroi d'un montant supplémentaire destiné à financer des projets collectifs pour dynamiser les filières et les territoires
- 5/ La traçabilité des filières et l'information transparente des consommateurs.
- 6/ La sensibilisation et l'éducation des consommateurs aux modes de production et de consommation socialement et écologiquement durables.

## LE TRIPTYQUE BIO, LOCAL ET ÉQUITABLE



Tout comme les paysans du Sud, les exploitations familiales de nos terroirs sont menacées.

Le soutien à une agriculture à taille humaine et respectueuse de l'environnement représente un véritable défi pour notre société. Si les producteurs bio bénéficient à ce jour de prix rémunérateurs, le changement d'échelle du secteur va faire peser des risques nouveaux en termes de volatilité et de baisse des prix. Inscrire dès aujourd'hui les filières bio dans des démarches de commerce équitable avec leurs partenaires commerciaux, permet de garantir sur la durée des prix stables et rémunérateurs pour les producteurs.

Le commerce équitable vise à garantir aux producteurs une juste rémunération et un pouvoir de décision dans les relations commerciales avec leurs partenaires. Le mouvement du commerce équitable a construit pour cela des outils et principes précis, à travers une longue expérience avec les pays du Sud. Ces principes s'appliquent aujourd'hui en France dans des filières structurées avec des organisations de producteurs et des partenaires économiques.

Les agriculteurs bio sont également à l'origine de circuits courts dynamiques (vente à la ferme et sur les marchés, paniers bio et AMAP, magasins de producteurs...). Ces formes de commercialisation proposent des innovations pour plus d'équité dans les relations commerciales avec un partenariat direct producteur-consommateur et une réflexion sur la rémunération des agriculteurs.

**Plus d'équité dans la commercialisation des produits alimentaires : un objectif partagé entre des filières structurées de commerce équitable et des circuits courts portés par des agriculteurs.**

### La bio

L'agriculture biologique est un mode de production durable, respectueux des hommes, de l'environnement, du bien-être animal et de la biodiversité, basé sur une approche systémique des fermes et la non-utilisation de produits chimiques de synthèse et d'OGM.

### Le commerce équitable

Le commerce équitable est un système d'échange commercial entre des groupements d'agriculteurs et des entreprises (transformateurs et/ou distributeurs) qui permet de lutter contre la volatilité des prix en apportant une rémunération stable et juste aux producteurs. Il favorise le maintien des emplois agricoles et du tissu économique local. Il permet aux consommateurs d'avoir accès à des produits respectueux de l'homme et de son environnement.

### Le local et les circuits courts

Un circuit court est un circuit de distribution dans lequel intervient au maximum un intermédiaire entre le producteur et le consommateur. Un circuit court dit local ou de proximité tient compte aussi de la distance géographique entre le producteur et le consommateur.

## COMMERCE ÉQUITABLE, CONSOMMATION RESPONSABLE

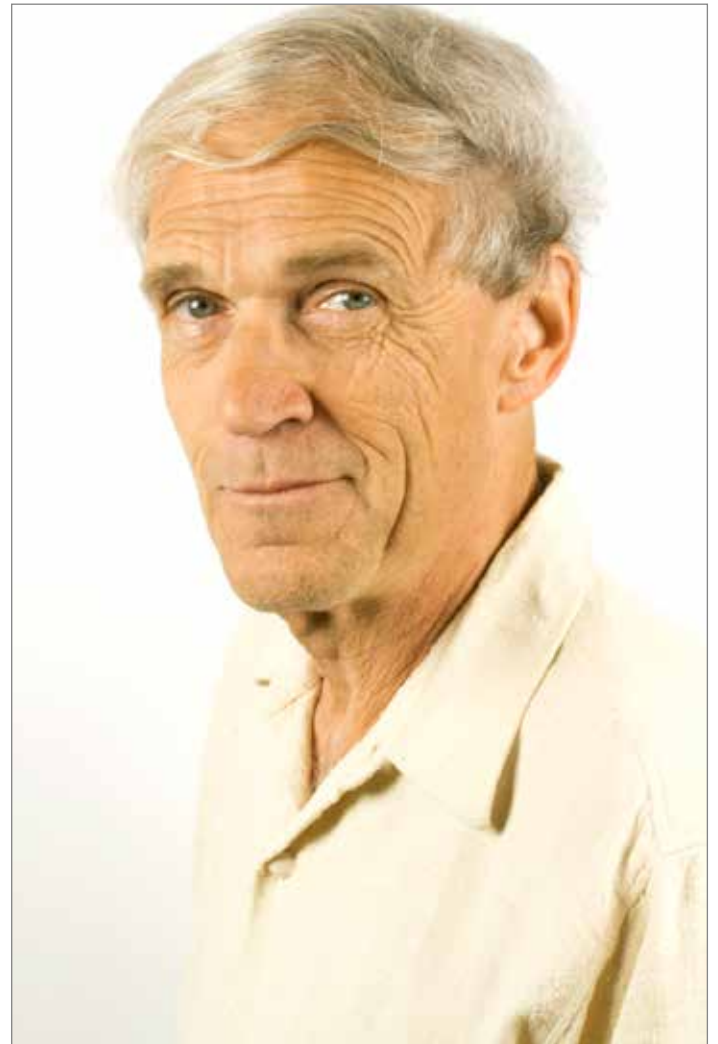


Sur les 7,3 milliards d'humains que compte notre planète, plus de 800 millions souffrent de la faim. Cette situation ne résulte pas tant d'une pénurie d'aliments que de la pauvreté de gens qui n'ont pas les moyens de produire ou de se procurer suffisamment de nourriture, alors que sur le marché mondial les biens alimentaires font l'objet d'énormes gaspillages ou sont destinés préférentiellement à l'alimentation animale et à la fabrication d'agro-carburants.

Face à cette situation, les acteurs du commerce équitable se sont d'abord donné pour objectif de réduire la pauvreté des petits producteurs du « tiers-monde ». Ce mouvement a ainsi promu l'une des premières démarches de consommation responsable en permettant d'affirmer sa préférence pour l'achat de marchandises labellisées, produites dans le respect des humains mais également de l'environnement. L'idée était aussi en effet de mieux rémunérer les familles paysannes s'engageant à pratiquer une agriculture inspirée de l'agro-écologie. Tant et si bien que 70 % des produits vendus aujourd'hui avec la mention « commerce équitable » sont des produits labellisés bio.

Depuis la promulgation de la loi sur l'Économie Sociale et Solidaire de juillet 2014, il est possible d'étendre la pratique du commerce équitable à des denrées agricoles et objets artisanaux produits en France et dans l'Union européenne : une occasion de promouvoir la vente de produits bio dans le cadre de circuits courts et équitables. Dans nos pays, il est en effet urgent de sortir d'un modèle productiviste à bout de souffle qui ne permet plus aux agriculteurs de vivre de leur travail, dont l'impact environnemental coûte cher et dont les risques sur la santé sont de mieux en mieux documentés. Enfin, alors que 4 millions de français sont contraints de recourir à l'aide alimentaire, il s'agit de réaffirmer le droit à une alimentation de qualité pour tous.

Car le mouvement du commerce équitable ne vise pas seulement à vendre davantage de produits labellisés « commerce équitables ». Il plaide avant tout pour un changement des règles commerciales afin de mieux répondre aux enjeux d'un développement plus juste et durable, dans toutes les régions du monde.



*par Marc DUFUMIER,  
Agronome, Professeur émérite à l'AgroParisTech,  
Président de la Plate-Forme pour le Commerce Équitable (PFCE)*

## LA COLLABORATION FNAB-PFCE

# POUR LE DEVELOPPEMENT DE FILIERES BIO ET EQUITABLES



Les producteurs bio s'impliquent collectivement depuis de nombreuses années dans les filières avec la volonté de faire évoluer les pratiques commerciales du secteur agro-alimentaire. Leurs objectifs : maîtriser la vente de leurs produits, participer à l'élaboration de la transparence entre les acteurs et recréer le lien avec le consommateur. Ce n'est pas un hasard : se lancer dans l'agriculture biologique, c'est repenser à la fois ses pratiques agronomiques et la valorisation commerciale de ses produits. Les contraintes spécifiques liées à l'agriculture biologique (rotations longues des cultures, diversité des espèces cultivées, main d'œuvre supplémentaire) ne laissent pas le choix.

C'est donc assez naturellement que la Fédération Nationale d'Agriculture Biologique (FNAB) et la Plate-Forme pour le Commerce Equitable (PFCE) collaborent depuis plusieurs années au développement de filières bio et équitables en France. Ces travaux conjoints ont conduit en 2014 à la publication de la Charte Nationale du commerce équitable local et se poursuivent depuis avec la tenue annuelle de rencontres nationales réunissant plus de 150 démarches impliquées dans la mise en place de partenariats équitables (producteurs, entreprises, distributeurs) : Séminaire « Prix équitables en France » organisé en 2015, Premières Assises Nationales du Commerce Equitable « Made in France » organisées en 2016.

Comment définir, calculer et négocier collectivement un prix équitable ? Comment mobiliser les outils du commerce équitable pour engager la conversion vers la bio ? Comment mettre en place des contrats équitables et organiser les filières entre les différentes parties prenantes ? Comment impliquer les consommateurs pour un partenariat gagnant-gagnant ? : ce sont les questions sur lesquelles les acteurs de l'agriculture biologique, du commerce équitable et de l'agriculture paysanne collaborent pour développer des filières agricoles plus durables en France.

## 74% des produits issus du commerce équitable sont bio

Selon un sondage réalisé par l'institut Opinion Way en 2017, **79%** des consommateurs français interrogés adhèrent aux valeurs du commerce équitable. **68%** des personnes interrogées se disent prêtes à « payer légèrement plus cher pour un produit qui garantit des conditions de travail et une rémunération juste pour le consommateur ». C'est une bonne nouvelle pour les producteurs !

Avec **près d'un milliard de chiffre d'affaires** en 2016 et une **croissance de 42%**, le marché du commerce équitable croît aux côtés du marché de l'agriculture biologique (**7 milliards d'euros de chiffre d'affaires** en 2016 et **20% de croissance**). Bio et équitable c'est aussi une complémentarité qui se renforce : en 2016, **74% des produits issus du commerce équitable étaient aussi bio**.



## LES ACTEURS

## LES LABELS ET DEMARCHES BIO ET EQUITABLES



Certains organismes et entreprises proposent d'ores et déjà des produits garantis bio et commerce équitable issus de filières françaises.

## « ENSEMBLE, SOLIDAIRES AVEC LES PRODUCTEURS » BIOCOOP



Le réseau de distribution Biocoop commercialise depuis 2000 une gamme de produits sous sa marque « Ensemble solidaires avec les producteurs » : 17 groupements de producteurs 100% bio (représentant 2300 fermes) et 600 produits alimentaires : céréales, légumineuses, fruits et légumes, lait et viande, etc. Le cahier des charges « Ensemble » est contrôlé par un organisme certificateur depuis 2016.

[www.biocoop.fr](http://www.biocoop.fr)

« Le prix doit permettre à chaque acteur de la filière de couvrir ses charges et de se rémunérer dans un objectif de pérennité. Les producteurs et leur groupement sont trop souvent la variable d'ajustement ! Les prix rémunérateurs et stables doivent permettre d'assurer la viabilité à la fois des groupements d'agriculteurs, des transformateurs, du distributeur et l'accessibilité du produit pour le consommateur. C'est ce que nous essayons de faire à travers notre démarche « ensemble solidaires avec les producteurs » !

Claude Gruffat, Président de Biocoop

## BIOPARTENAIRE



Le label BIOPARTENAIRE®, porté par l'association Bio Partenaire, a été créé en 2002 pour garantir des partenariats équitables Nord/Sud et couvre également des filières Nord/Nord depuis 2007.

Le cahier des charges du label s'adresse exclusivement à des filières équitables en agriculture biologique.

13 filières labellisées en France et + de 400 produits alimentaires et cosmétiques : pain, huile, boisson et autres...

[www.biopartenaire.com](http://www.biopartenaire.com)

« Tous les consommateurs ont droit à une alimentation correcte. Tous les maillons de la filière sont indispensables et les entreprises jouent un rôle important : elles transforment, stockent, s'assurent de la qualité sanitaire, et proposent une diversité de produits, qui répondent aux attentes des consommateurs. Il faut simplement s'assurer que les valeurs du commerce équitable sont respectées à chaque maillon de la chaîne, pour que chacun puisse vivre correctement à toutes les étapes de circulation des produits alimentaires.

Maria Pelletier, PDG de la PME Moulin Marion, entreprise labellisée BIOPARTENAIRE

## ECOCERT SOLIDAIRE



Le label Ecocert Solidaire, créé par l'organisme de certification Ecocert s'applique à des partenariats commerciaux équitables avec des producteurs français.

Ce Label devient au 1er juillet 2017 le Label de commerce équitable FAIR FOR LIFE.

[www.ecocert.fr](http://www.ecocert.fr)

[www.fairforlife.org](http://www.fairforlife.org)



## « PAYSANS D'ICI » ETHIQUABLE



La SCOP Ethiquable développe depuis 2011 une gamme de 24 produits bio avec 10 organisations de producteurs en France à travers son cahier des charges interne « Paysans d'ici ».

[www.ethiquable.coop](http://www.ethiquable.coop)

« Pour moi, dans ce contexte où l'on parle beaucoup de disparition des fermes, les clefs pour pérenniser les exploitations agricoles sont de se regrouper et de multiplier les débouchés ! La vente via Ethiquable est une diversification intéressante pour nous. Ce nouveau débouché permet de s'ouvrir et d'avoir des projets de développement sur le territoire : maintien de nos fermes de tailles petites à moyennes, accueil de nouveaux producteurs (installation ou conversion à l'agriculture biologique), création d'emplois. »

Céline Peloquin, Productrice membre de la Ferme de Chassagne groupement partenaire de « Paysans d'ici »

## DE NOMBREUSES DÉMARCHES EN BIO ET EN CIRCUITS DE PROXIMITÉ

Partout en France, de nombreuses démarches se développent, notamment dans le cadre de circuits de proximité, et participent à l'émergence du commerce équitable bio et français.

Pour se réclamer du commerce équitable, ces filières émergentes doivent s'appuyer sur des groupements producteurs, au moins un intermédiaire commercial entre les producteurs et les consommateurs et respecter les principes fondamentaux du commerce équitable mentionnés dans le cadre légal (prix justes, contractualisation sur 3 ans et versements d'une prime pour projets collectifs).

La marque de Biocoop "Ensemble, solidaire avec les producteurs" met non seulement en œuvre les principes du commerce équitable, elle associe à la gouvernance de la coopérative des groupements de producteurs.

Explications de Serge Le Heurte, animateur de la section agricole de Biocoop.

**Premier réseau de magasins bio en France, Biocoop a fêté l'an dernier ses 30 ans. Quelle place tient le commerce équitable dans la démarche Biocoop ?**

Il y a un lien intrinsèque entre la démarche bio et les principes du commerce équitable. Dans le projet Biocoop, la bio est le socle et le commerce équitable est la façon de faire. Nous avons ainsi privilégié dès le début les produits équitables pour toutes les denrées importées de pays du Sud (sucre, café, thé, cacao, bananes...). Au niveau national, depuis 1998, la coopérative Biocoop a développé des liens de partenariat avec les producteurs, fondés sur le dialogue et la prévision des volumes. Mais nous avons souhaité aller encore plus loin en ouvrant en 2006 le sociétariat aux groupements de producteurs avec lesquels nous avons des engagements de long terme sur les prix et les volumes. Biocoop est ainsi composée de quatre collèges : magasins, producteurs, associations de consommateurs et salariés. Seuls les membres des deux premiers collèges ont un statut d'associés coopérateurs, c'est-à-dire qu'ils bénéficient des services de la coopérative.



**Vous avez également créé en 2002 une marque à la fois bio et équitable, "Ensemble pour plus de sens", qui a depuis été rebaptisée "Ensemble, solidaire avec les producteurs". Qu'est-ce qui a motivé le lancement de cette marque et quels sont ses principes directeurs ?**

Cette marque, créée dans le cadre d'une convention signée avec la FNAB en 1998, correspond à notre objectif d'aller encore plus loin que le partenariat avec les groupements de producteurs. Notre démarche a évolué notamment lorsque nous les avons invités à rejoindre la coopérative. Aujourd'hui, la marque "Ensemble" est ainsi exclusivement approvisionnée par les 17 groupements qui siègent dans le collège "producteurs" de Biocoop.

Pour qu'un groupement de producteurs travaille pour Ensemble et devienne coopérateur, il faut qu'il partage le projet Biocoop et respecte le cahier des charges du commerce équitable Origine France élaboré par le collège "producteurs" de la coopérative. Les produits doivent ainsi provenir d'exploitations 100% bio de nos régions et être transformés en France. Des engagements sont pris en concertation avec chaque groupement sur les prix comme sur les volumes, afin de garantir non seulement une juste rémunération, mais la pérennité et le développement de l'activité\*.

**La loi permet désormais que soit utilisé le terme "commerce équitable" sur les produits issus des filières agricoles françaises. Cela peut-il avoir une incidence positive sur le développement de la marque "Ensemble" ?**

La marque est déjà bien identifiée, car elle compte aujourd'hui 600 références, représente 12% de l'activité de la coopérative et les ventes ont connu une croissance de +24% en 2016. Pour qu'elle se développe, il faut surtout élargir nos gammes. Les packagings actuels, qui datent de 2011, ne font pas référence au commerce équitable, alors que nous respectons en tout point les critères. Il est certain que le fait de pouvoir ajouter cette mention peut contribuer à renforcer la visibilité de la marque et cela fait partie de nos projets.

\*Voir également à ce sujet le témoignage de François Péloquin, de la Ferme de Chassagne (p.15).



## Interview de François Péloquin, gérant du GIE Ferme de Chassagne (16)

# DES PRIX QUI REFLÈTENT LES RÉALITÉS CONCRÈTES DE NOTRE MÉTIER

Agriculteur bio, François Péloquin est gérant du GIE Ferme de Chassagne (Charente), dont une partie des produits est vendue sous les marques bio et équitables “Ensemble” (Biocoop) et “Paysans d’ici” (Ethiquable), qui se fournissent exclusivement auprès de groupements de producteurs français. Il témoigne de l’intérêt de cette démarche.



### Quelles sont les productions du GIE Ferme de Chassagne ?

Le GIE rassemble 9 fermes bio (13 producteurs associés) et est spécialisé dans la transformation (stockage, triage, calibrage, conditionnement) et la commercialisation de légumes secs (lentilles, pois cassés, pois chiches, haricots blancs, rouges, noirs et Borloto, flageolets), farines (blé, épeautre, engrain, sarrasin, légumineuses), huile de tournesol et de cameline.

### Quel est pour vous l’intérêt de travailler avec des marques bio et équitables comme “Ensemble” et “Paysans d’ici” ?

Les principes du commerce équitable garantissent un prix stable et rémunérateur, ce qui est la condition même pour que nous puissions poursuivre et développer notre activité. Nous avons en effet déjà traversé plusieurs crises graves dès les années 90, avec des chutes de prix dues à des importations massives et à la vague du faux bio, à laquelle la création du label Bio européen a heureusement mis fin. La question du changement d’activité s’est alors posée. Mais nous avons choisi de nous regrouper avec d’autres producteurs et, au lieu de vendre en vrac, d’assurer le stockage, le triage et l’ensachage de nos produits, pour retrouver des marges suffisantes et garantir un revenu. Nous avons créé une marque et développé une gamme que nous avons distribuée en local, notamment dans les magasins Biocoop du Grand Sud-Ouest. La concurrence internationale est cependant restée forte. Nous avons tiré la sonnette d’alarme et, parallèlement, les consommateurs ont commencé à boycotter ces produits venus de Chine, des pays de l’Est ou

du Canada. C’est ainsi qu’est née la volonté de développer une filière bio et équitable française. Nous avons travaillé en amont avec Biocoop au lancement de la marque “Ensemble pour plus de sens”, créée en 2000, et qui a depuis été rebaptisée “Ensemble, solidaire avec les producteurs”. Ça a tout de suite bien fonctionné, car les consommateurs sont prêts à payer un peu plus pour ce type de produits. La progression des ventes n’a cessé d’augmenter, et la tendance s’accélère.

### Comment sont fixés les prix de vos produits dans le cadre du commerce équitable ?

La détermination des prix s’appuie sur les réalités concrètes de notre métier. Avec Biocoop, nous avons analysé nos coûts de production par rapport à nos rendements et aux marges réalisées sur une période de 10 ans. A partir de là, nous avons calculé le prix qui permettait de dégager un juste revenu pour les producteurs. Les prix sont garantis par contrat sur trois ans à l’intérieur d’une fourchette qui comporte un plancher et un plafond. Chaque année, en fonction des aléas climatiques et des rendements obtenus, les prix peuvent varier à l’intérieur de cette fourchette. Pour la marque “Paysans d’ici” nous redéfinissons chaque année un prix en concertation avec la Scop Ethiquable qui, à la différence de Biocoop, n’a pas son propre réseau de distribution, mais joue un rôle d’interface avec la grande distribution. C’est très important, face aux grandes enseignes, de travailler avec un partenaire qui partage les mêmes valeurs que nous.

### La plupart des exploitations qui composent le GIE ont en parallèle une activité de vente directe. Pouvez-vous nous expliquer ce qu’apportent ces différents modes de commercialisation ?

En plus de la production de légumes secs et de farine, destinée au GIE, certaines fermes ont des activités diversifiées : maraîchage, vigne, grandes cultures, lait de chèvre... Et, le plus souvent, elles disposent d’ateliers de transformation. Notre GAEC vend ainsi du foin de luzerne aux éleveurs locaux et ma femme a développé une activité de boulangerie, ce qui lui a permis de quitter son emploi salarié et de me rejoindre sur l’exploitation. Nous vendons notre pain en direct à la ferme. Ces activités sont très importantes car elles apportent davantage de valeur ajoutée. Elles représentent ainsi 30% de notre production mais plus de 50% de notre chiffre d’affaires. Cela nous permet d’avoir deux salariés, dont un à la boulangerie. Mais si nous avons mis toute cette dynamique en route et que nous avons créé le GIE, c’est aussi dans le but d’inciter les agriculteurs qui veulent passer en bio et les jeunes qui veulent s’installer à concrétiser leurs projets. Nous avançons avec la volonté de tracer des perspectives pour l’agriculture de demain.



## UNE RESTAURATION COLLECTIVE BIO, LOCALE ET ÉQUITABLE : C'EST POSSIBLE !

Afin de favoriser la consommation de produits bio et locaux en restauration collective, une vingtaine de plateformes dédiées ont été créées à l'initiative d'agriculteurs bio partout en France. La plupart sont fédérées au sein de l'association "Manger bio ici et maintenant" (MBIM), qui a adopté en février 2017 un référentiel pour une bio locale, équitable et solidaire. Eric Grunewald, coordinateur du MBIM, nous explique cette démarche.



### Pouvez-vous nous présenter MBIM ?

L'association est née en 2010 de la volonté de six plateformes locales de producteurs et de transformateurs bio, qui ont souhaité unir leurs forces afin de se professionnaliser. L'objectif étant de proposer à la restauration collective une offre complète de produits bio, locaux, solidaires et accessibles. Aujourd'hui MBIM regroupe 14 plateformes et réalise un chiffre d'affaires de 13 millions d'euros. Depuis 2015, des partenaires dont les métiers sont complémentaires du nôtre sont associés à la gouvernance de MBIM. C'est le cas de Biocoop Restauration, qui apporte un complément de gamme pour les produits qui ne sont pas produits localement. C'est aussi le cas de la FNAB, qui nous aide à sensibiliser et accompagner les collectivités locales pour la mise en œuvre de leur démarche bio en restauration collective. Nous avons également des partenaires plus techniques (gestion, informatique...), avec lesquels nous développons des outils pour notre réseau.

### En février 2017 vous avez adopté un référentiel qui intègre les principes du commerce équitable. Pourquoi avoir mis en œuvre cette démarche ?

Nos plateformes sont des outils économiques créés localement par des producteurs et transformateurs bio qui veulent à la fois pouvoir vivre de leur travail et rendre leurs produits accessibles à tous. Garantir un prix juste et rémunérateur a donc toujours été au cœur de notre démarche. Nous refusons de nous inscrire dans un schéma concurrentiel et cherchons à développer des relations économiques fondées non pas sur la recherche du profit, mais sur une gestion partagée des ressources alimentaires locales. Dans tous les cas, ce sont les producteurs qui fixent leurs prix. Le référentiel que nous avons adopté en février dernier est une façon d'affirmer ces valeurs, mais également de donner des points de repère et des objectifs qui nous permettent d'évaluer nos pratiques et de progresser. Pour cela, il faut que nous fassions évoluer les pratiques de la restauration collective, habituée dans la logique industrielle à pouvoir commander ses produits du jour pour le lendemain. C'est impossible avec des produits bio et locaux : il faut donc reconnecter l'alimentation sur les rythmes de l'agriculture et des saisons.





Manger Bio et local, c'est l'idéal  
du 16 au 24 septembre 2017

plus de **500** événements  
dans toute la France

Retrouvez le programme complet dès  
le début du mois de septembre sur  
[www.bioetlocal.org](http://www.bioetlocal.org)



## CONTACTS

## PRESSE ET PARTENAIRES

CONTACT PRESSE DE LA **CAMPAGNE NATIONALE** :

William Lambert // 06 03 90 11 19  
 lambertcommunication@gmail.com



## La FNAB : un réseau, des valeurs, des Hommes.

La FNAB est l'organisation professionnelle des producteurs et productrices biologiques français. Le réseau FNAB rassemble les groupements régionaux et départementaux d'agriculture biologique sur l'ensemble du territoire et compte plus de 10 000 producteurs adhérents.

[www.fnab.org](http://www.fnab.org)

## Les partenaires de la campagne 2017 :

La campagne « Manger bio et local, c'est l'idéal » est soutenue par Biocoop :



Acteur pionnier en matière de consommation responsable, Biocoop réaffirme ses valeurs en s'engageant de nouveau à nos côtés lors de cette campagne. Du 16 au 24 septembre, des magasins Biocoop mettront à cette occasion leurs produits locaux à l'honneur et pourront vous proposer diverses animations afin de vous faire découvrir les produits des agriculteurs près de chez vous.



## Partenaire d'honneur 2017

Fondée en 1997, la Plate-Forme pour le Commerce Équitable (PFCE) représente et fédère les principaux acteurs du commerce équitable en France. Instance de concertation et de mobilisation elle rassemble plus d'une trentaine d'entreprises et d'associations d'envergure nationale engagées dans le secteur : labels de commerce équitable, fabricants, importateurs, distributeurs, ONGs, mouvements d'éducation populaire, etc.

Autres partenaires :



FONDATION  
GOODPLANET

GREENPEACE



BIO  
CONSUMACTEURS

Le Labo  
DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

réseau  
action  
climat  
france

générations  
FUTURES

Mouvement  
Inter-Régional  
des  
AMAP

