

Débat Assemblée Générale 2017

**Pour une agriculture biologique, équitable et solidaire...
Découvrez la démarche et le cahier des charges
innovant de Bio Loire Océan !**



Intervenants

- Michel DELHOMMEAU, Gérard BERNIER producteurs BLO
- Emilie DUROCHAT, Chargée de mission à la PFCE Plateforme pour le Commerce Equitable
- Ivan DUFEU, Economiste & Enseignant Chercheur à ONIRIS Nantes
- Julien LESAGE, Directeur d'ASPIRE & Vice-Président des Paniers Bio Solidaires

Bio Loire Océan : des fruits et légumes biologiques et équitables en Pays de la Loire !

Les producteurs regroupés au sein de Bio Loire Océan ont mis en place un cahier des charges pour valoriser leurs pratiques et leurs valeurs. L'association signe aujourd'hui avec les Paniers Bio Solidaires la démarche de commerce équitable...

L'association Bio Loire Océan regroupe des producteurs de fruits et légumes bio, où de petites exploitations familiales côtoient des structures aux surfaces et volumes importants. Quelle que soit sa taille, chaque structure possède un droit de vote pour les décisions collectives. Le rôle de l'association est de structurer la filière fruits et légumes biologiques sur la région des Pays de la Loire. En 2017, Bio Loire Océan va fêter ses 20 ans !

L'historique du cahier des charges...

La mise en place du règlement européen a entraîné une visibilité plus faible du logo français AB pourtant bien connu et l'apparition d'une 'nouvelle bio'. En 2013, une réflexion s'est engagée au sein

de BLO pour mettre en avant les pratiques des producteurs et leur éthique. Cette réflexion a abouti à la création d'une charte puis d'un cahier des charges, permettant ainsi de se différencier. L'écriture de ce cahier des charges a duré 2 ans. Il a d'abord été testé sur quelques fermes pilotes, tirées au sort, puis étendu à l'ensemble des adhérents. Le contrôle est effectué par un organisme certificateur et un comité interne. Ce comité a notamment pour rôle de statuer sur les retours des contrôles (remarque, avertissement ou sanction). Le cahier des charges concerne les pratiques culturelles mais aussi les pratiques commerciales, sociales et sociétales, qui sont importantes pour les producteurs.

D'autres démarches se sont développées en France comme la marque Bio Cohérence.

Le cahier des charges BLO a été créé en commun avec les producteurs de l'association par rapport aux problématiques spécifiques des fruits et légumes biologiques. Il peut servir de support et pourra peut-être faire l'objet d'une demande de reconnaissance dans le cadre de démarche nationale comme Bio cohérence.

Le contenu du Cahier des charges

Les grandes lignes du cahier des charges ont été présentées (cahier des charges en pdf) avec à la fois les points techniques concernant la production, mais aussi les volets concernant l'emploi, les pratiques commerciales mises en œuvre...

Comment souhaitez-vous communiquer sur ce cahier des charges ?

C'est un cahier des charges interne, obligatoire pour tous les adhérents, associé à la marque BLO. Cette démarche permet de dire qui on est, ce que l'on fait.

« C'est un label privé (comme Ensemble de Biocoop), qui s'appuie sur des façons de produire, de commercer, de valoriser l'emploi local... créant ainsi un 'capital marque' qui n'est pas que commercial », Ivan DUFEU - ONIRIS.

Dans les années 80, de nombreuses marques ont existé avant la création du label AB, pouvant créer une certaine confusion. Y a-t-il à nouveau ce risque de confusion aujourd'hui suite au développement de différents labels ?

Ce qui a été vrai dans le passé ne l'est plus forcément aujourd'hui. Le logo européen est une base commune partagée. Les nouvelles démarches viennent en supplément du règlement européen, ce qui n'était pas le cas des marques des années 80. De plus, la situation de la France est particulière par rapport aux pays voisins.

Plus la bio se développe, plus le besoin d'identification est fort. Ces nouvelles démarches se multiplient (marque par filière, par région, par réseau de distributeurs...) et toutes ne vont pas survivre. Nous sommes dans une démarche d'anticipation, le label européen associé à une assise régionale : idée de local avec les valeurs qui nous correspondent ici.

« Se différencier sur le marché du bio est la promesse de valeur supérieure », Ivan DUFEU - ONIRIS.



Quelle est la vocation de ce cahier des charges ? Comment souhaitez-vous le faire grandir ?

Notre souhait est de le faire grandir tout en réfléchissant à la manière de le faire. « *L'idée est de parler d'essaimage plutôt que de concentration, en se demandant si l'association a une taille critique* », Gérard BERNIER.

Notre démarche permet d'affirmer notre vision de la bio car plus il y a de croissance, plus il y a un risque de dérapage. C'est une démarche portée par des valeurs humaines et non monétaires. « *BLO n'a pas de vocation commerciale mais une vocation à aider les producteurs sur la vente et à accueillir de nouveaux adhérents... Il s'agit d'accompagner les producteurs qui partagent nos valeurs et notre vision du développement. L'objectif n'est pas d'aller chercher de nouveaux adhérents* », Michel DELHOMMEAU.

Et le Commerce Equitable ?

C'est un engagement sur la durabilité sociale, économique et environnementale. « *Le Commerce équitable est né il y a plus de 50 ans, suite au constat du déséquilibre de pouvoir entre producteurs et acheteurs* », Emilie DUROCHAT – Plateforme pour le Commerce Equitable.

Que ce soit au Nord ou au Sud, le commerce équitable s'appuie sur une organisation de producteurs (il ne peut pas concerner un producteur tout seul) reprenant l'idée d'être plus forts à plusieurs. Il s'appuie également sur des outils économiques :

- Un prix stable et rémunérateur
 - o stable en référence aux cotations en Bourse du cacao et du café, dont les cours ont de fortes fluctuations,
 - o rémunérateur pour permettre de vivre dans la dignité : ce curseur ne sera pas mis au même endroit pour tout le monde mais doit couvrir les coûts de production. Il existe des méthodologies poussées pour évaluer ces coûts. Par exemple, l'Ardear Rhône Alpes a demandé à chaque producteur de préciser le salaire souhaité, les congés... ce qui a permis de définir une valeur économique de l'heure de travail.
- Un engagement dans la durée : contrats pluriannuels
- Une prime : montant en plus versé à l'organisation de producteurs (ce n'est pas une prime individuelle) pour des projets collectifs

L'engagement du côté de l'acheteur comprends d'informer les consommateurs et d'organiser des évènements pour communiquer sur la démarche.

Les produits bios ne sont pas forcément équitables et vice-versa, même si 76% des produits équitables sont bios. Le commerce équitable propose en effet une progression vers une conversion à l'agriculture biologique.

Quel est le rôle de la Plate-Forme pour le Commerce Equitable (PFCE) ?

La PFCE rassemble les différents acteurs du commerce équitable en France, essentiellement des acteurs du commerce équitable Nord/Sud : Ethiquable, Jardins de Gaïa, Alter Eco, des labels, des distributeurs (Biocoop...), des associations de sensibilisation des citoyens (qui ont permis de faire

connaître le commerce équitable comme Artisans du monde..). Il n'y a pas de producteurs car cela concerne surtout le Nord/Sud.

Qu'est-ce que le Commerce Equitable en France ?

« Depuis la loi de l'Economie Sociale et Solidaire de juillet 2014, il est possible de parler du commerce équitable pour des filières agricoles françaises », Emilie DUROCHAT - PFCE. Plusieurs terminologies sont possibles : commerce Equitable Nord/Nord ; made in France ; à la française... au choix !

6 points sont à respecter :

- Etre un groupement de producteurs, productrices (coopérative, association, syndicat professionnel...)
- Prix équitable
- Prime de co-développement (pour des projets collectifs)
- Engagement contractuel (d'une durée minimale de 3 ans)
- Traçabilité et transparence de la filière et vis-à-vis du consommateur (packaging, site internet...)
- Groupement de producteurs et acheteur actifs dans la sensibilisation aux consommateurs et aux citoyens (événements, portes ouvertes...).

Plusieurs exemples existent : la démarche Ensemble de Biocoop, les entreprises membres de Bio Partenaire, la marque Paysans d'ici (Ethiquable), la marque Agri Ethic (filière blé pain, non bio, en train d'être analysé par la PFCE). Ces initiatives viennent des réseaux bio ou bien des acteurs du commerce équitable Nord/Sud. Autre initiative proche : alter Conso (scic proposant des paniers à Lyon) : ne se revendique pas du Commerce Equitable mais en applique les principes.

En quelques chiffres : le commerce équitable 'Nord/Nord' représente aujourd'hui un chiffre d'affaires de 134 millions d'euros (ventes 2016, +25% de croissance), plus de 1000 produits, 4500 producteurs environ.

Comment BLO peut-il être dans une démarche de commerce équitable ?

Le commerce équitable ne peut exister qu'entre un groupement de producteurs et un acheteur. BLO a précisé ses pratiques commerciales dans le cahier des charges et souhaite revendiquer vis-à-vis de ses clients ses exigences commerciales.

« La démarche de BLO est la première dans laquelle une association de producteurs s'approprie le commerce équitable (et non des entreprises, transformateurs, metteurs en marché...) », Emilie DUROCHAT PFCE.

L'association 'Les Paniers Bio Solidaires' souhaite s'engager dans ce partenariat équitable avec BLO. Une demande a également été formulée par BLO auprès de Biocoop qui est en réflexion.



Retour sur la naissance des Paniers Bio Solidaires...

L'idée des Paniers Bio solidaires a germé dès 2008, suite à l'observation d'une crise de la vente des produits bios. Une réflexion a été initiée au Conseil d'Administration et des rencontres ont eu lieu avec un système déjà existant, les paniers du Val de Loire en région Centre.

En 2010, suite à une rencontre avec l'Aspire et les jardins de Cocagne de Carquefou – structures d'insertion par l'activité économique, l'association 'les Paniers Bio Solidaires' a été créée. *« L'idée est de proposer une distribution en circuits courts à l'échelle régionale et de cibler une consommation urbaine »*, Julien LESAGE. Les structures d'insertion (jardins de Cocagne 44 et 49) assurent le conditionnement et la livraison des produits. Les premiers paniers démarrent en janvier 2011 (4 en janvier !) pour aboutir aujourd'hui à 1800 paniers, soit environ 5000 mangeurs chaque semaine.

« L'association a 2 collèges, ayant le même nombre de voix : un collège de producteurs (BLO) et un collège de structures d'insertion. La gouvernance et les décisions sont partagées », Julien LESAGE – Directeur de l'Aspire.

Bio Loire Océan et les Paniers Bio Solidaires : des pratiques commerciales équitables

Le prix panier a été détaillé et contient un prix minimum pour le producteur. Les producteurs définissent chaque année une grille de prix pour leurs produits.

« Le commerce équitable est dans l'ADN des Paniers Bio Solidaires. C'est sur les bases des principes du commerce équitable que le projet a été conçu et porté », Julien LESAGE - Directeur de l'Aspire.

Une communication sera réalisée auprès des abonnés sur la démarche du commerce équitable. Quant au prix du panier, il restera inchangé. Le travail a toujours été réalisé pour ce que soit durable. Ainsi, La communication permettra d'amplifier ce que l'on est.

Quel est le positionnement des autres groupements ?

« Tous les groupements ne sont pas rendus au même point, même si notre démarche interpelle », Gérard BERNIER.

« La plupart des groupes de producteurs sont séduits par la démarche et les principes du commerce équitable », Emilie DUROCHAT.

Mais pour les mettre en pratiques il faut trouver un partenaire commercial qui s'engage dans cette démarche.

Et si le cahier des charges Bio Loire Océan est repris par d'autres groupements, quelle sera la différenciation pour nous producteurs BLO ?

« Le cahier des charges BLO est rattaché à la marque collective Bio Loire Océan qui n'est pas une marque de certification, c'est-à-dire qu'il ne suffit pas de respecter le cahier des charges. Cette marque appartient aux producteurs », Ivan DUFEU - ONIRIS.

« Il n'existe pas à l'heure actuelle de label privé qui pourrait être utilisable dans le cadre du commerce équitable Nord/Nord, ce sont plutôt des démarches internes », Emilie DUROCHAT - PFCE.



« Les producteurs de Bio Loire Océan ont mis en place une démarche et un cahier des charges pour valoriser leurs pratiques et leur éthique Ce n'est pas un outil politique pour faire pression mais un positionnement au-delà du règlement européen », Ivan DUFEU - ONIRIS.

« Si d'autres groupements de fruits et légumes se positionnent sur d'autres régions avec les mêmes qualités que le cahier des charges BLO, cela ne posera pas de problème car cela tire l'agriculture bio vers le haut. Si nous avons trouvé une satisfaction à travailler et à produire dans de bonnes conditions alors pourquoi ne pas le partager », Gérard BERNIER

En revanche si des clients souhaiteraient nous mettre en concurrence en principe dans le cadre du commerce équitable ce n'est pas possible. « Ce n'est pas la compétition entre les organisations qui fait progresser mais la complémentarité. On développe plutôt des idées dans ce sens-là », Gérard BERNIER.

L'Assemblée Générale s'est terminée par la signature du contrat d'engagement entre Bio Loire Océan et les Paniers Bio Solidaires qui officialise les relations entre ces 2 organisations pour des pratiques commerciales équitables.



De gauche à droite : Julien LE SAGE, Directeur d'ASPIRE & Vice-Président des Paniers Bio Solidaires, Gérard BERNIER, Producteur & Président des Paniers Bio Solidaires, Michel DELHOMMEAU, Producteur & Président de Bio Loire Océan