

BIO SUISSE RAPPORT ANNUEL 2007



BIO SUISSE Association suisse des organisations d'agriculture biologique
Margarethenstrasse 87, CH-4053 Bâle
Tél. 061 385 96 10, Fax 061 385 96 11
bio@bio-suisse.ch, www.bio-suisse.ch
Reproduction autorisée avec indication de la source

Le marché bio suisse

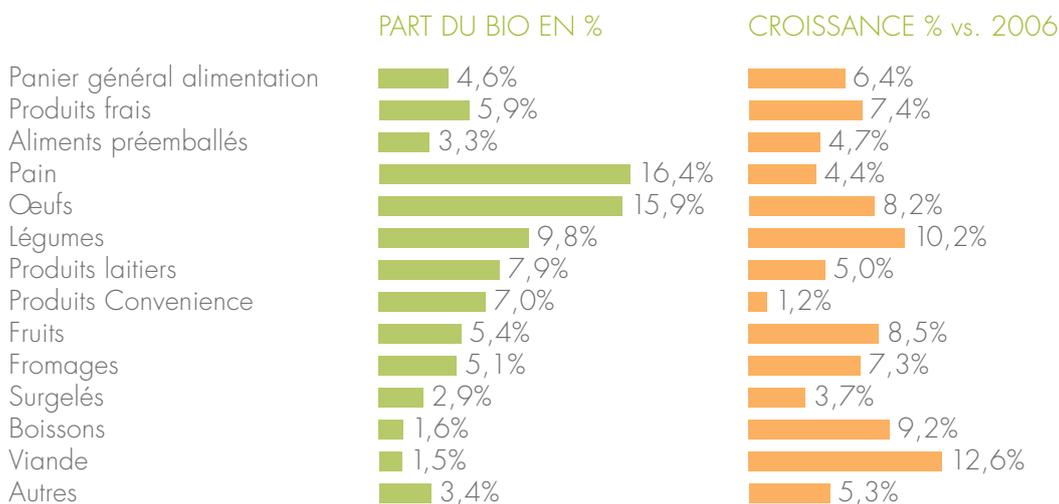
LES EFFETS DU BOOM BIO

En 2007, les prix agricoles en baisse depuis des décennies ont vraisemblablement atteint leur plancher. Les réserves mondiales, notamment pour les céréales ou le lait en poudre, se sont fortement contractées. De nombreux pays ont enregistré un vif essor du bio qui a entraîné la demande vers le haut et posé quelques problèmes d'approvisionnement aux preneurs de licence à la recherche de denrées. Si la promotion des produits indigènes et le maintien des prix agricoles représentaient les priorités principales jusqu'à l'exercice précédent, la difficulté à acquérir en quantité suffisante les produits nécessaires à la transformation et au commerce s'y est ajoutée l'année dernière. La vigilance de Bio Suisse a permis de déceler des cas de tromperie et d'éviter les scandales.

Les producteurs biologiques ont dû faire face en 2007 à des conditions météorologiques très particulières qui ont entraîné une sensibilité accrue des cultures aux maladies, un développement moins favorable et des récoltes prématurées.

En revanche, le marché bio a enregistré une évolution extrêmement positive. Les ventes totales de produits bio se sont élevées à 1,295 milliard de francs, en hausse de 7,7% par rapport à 2006 (à titre de comparaison, +3% pour les aliments conventionnels). Très importants pour les fermiers suisses, les produits frais ont enregistré une forte progression. Tous les modes de distribution ont connu une croissance impressionnante, à commencer par la vente directe (+12%), suivie de près par les détaillants spécialisés avec 10%. Le principal partenaire de Bio Suisse Coop, qui vend environ la moitié des produits bio, a également enregistré une croissance supérieure à la moyenne contrairement à Migros dont la croissance n'a pas dépassé 3,5%.

Parts du bio en valeur pour 2007



Fondé sur les chiffres GfK/IHA, ce graphique comprend le commerce de détail, sauf les magasins spécialisés et la vente directe.



Editorial

UN NOUVEAU CONCEPT DIRECTEUR PREND FORME

Depuis plus d'une année, nous travaillons à un nouveau concept directeur afin de définir l'orientation stratégique poursuivie par Bio Suisse au cours des prochaines années. Les choix décisifs seront adoptés par l'assemblée des délégués au printemps 2008. Dès le début, nous avons souhaité que le concept directeur fasse l'objet d'un vaste débat. Je me félicite que nous ayons eu le courage de discuter de toutes les possibilités de manière ouverte et sans craindre de nous remettre en cause. Pour la première fois, un débat interne à l'association s'est déroulé par l'entremise d'un forum Internet – si ce nouveau média a exigé au départ un certain effort d'adaptation, il a permis à un grand nombre de participants de toutes les régions de Suisse de prendre part à la discussion à l'heure de leur choix. Nous n'avons pas pour autant renoncé à des formes de communication qui ont fait leurs preuves, que ce soit lors des conférences de présidents, au sein des organisations membres et, finalement, pendant la conférence sur l'avenir tenue en mars 2007. Le groupe de réflexion a continuellement résumé les idées, réflexions et suggestions issues de ces consultations et élaboré trois variantes. Nous attendons désormais avec impatience de connaître la direction que ce concept directeur imprimera à notre action pour l'avenir.

Regina Fuhrer, paysanne bio
et présidente de Bio Suisse



Assurance qualité et octroi du label NOUVELLES ENTREPRISES DE CERTIFICATION ACCRÉDITÉES

Pour la deuxième fois, un test de qualité a examiné les produits Bourgeon sous toutes leurs coutures. Sur 90 articles analysés – produits laitiers, glaces et petite boulangerie – 30 ont été qualifiés d'excellents. Trois d'entre eux ont reçu une distinction particulière. Célébrée sur la grande scène du Bio Marché de Zofingue, la remise des prix a rencontré un vif écho.

Notre banque de données obsolète a cédé en automne 2007 la place au programme e-Cert. Le nouveau système fonctionne de manière satisfaisante, mais présente encore quelques défauts qui compliquent notre tâche. Un grand merci à tous les collaborateurs qui ont fait preuve de patience et de sérénité pendant la phase d'introduction! Avec e-Cert, Bio Suisse dispose désormais d'un instrument adapté aux développements futurs qui permettra d'étendre les prestations offertes à nos clients.

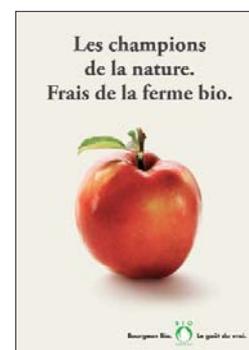
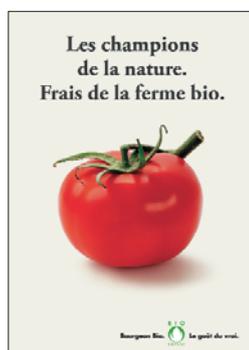
La résolution prise par l'assemblée des délégués sur l'ouverture de la certification a été suivie d'effet et trois organismes de certification ont été accrédités. Dans le secteur agricole, bio.inspecta et Bio Test Agro, dans le domaine de la transformation et du commerce, bio.inspecta et l'IMO – Institut für Marktökologie. Outre un contrat, les organismes de certification doivent respecter les critères d'homologation. Dès 2008, Bio Suisse établira directement les reconnaissances Bourgeon pour les entreprises agricoles. Jusqu'à présent, cette fonction était assumée uniquement par l'organisme de certification bio.inspecta.

En 2007, Bio Suisse s'est engagé avec succès en faveur d'adaptations réalistes de l'ordonnance bio. Même si l'objectif 100% d'affouragement bio n'est pas contesté, il reste encore à trouver une voie pour permettre aux entreprises agricoles d'y parvenir. Enfin, il a été possible de trouver de bonnes solutions pour le contrôle des abattoirs et les commerces d'animaux de rente.

Marketing NOS PRODUITS – NOS CHAMPIONS

Avec un nouveau positionnement orienté vers la trilogie «goût, plaisir et authenticité», le Bourgeon se tourne davantage vers le groupe cible toujours plus nombreux des consommateurs qui apprécient la vie tout en tenant compte des facteurs environnementaux, appelés «LOHAS» dans le langage du marketing. Depuis le printemps 2007, notre campagne les «Champions de la nature» poursuit précisément cet objectif dans ses activités de publicité et de promotion des ventes. Les produits bio sont au centre de l'attention. Ils sont les garants de la qualité et suscitent l'envie de les déguster. Le slogan «Bourgeon bio – le goût du vrai» n'est pas une simple promesse qualitative, mais promet aussi une captivante expérience gustative.

Notre nouvelle campagne ne se réduit pas à la publicité. Bio Suisse utilise toute la chaîne de création de valeur afin d'exposer aux consommateurs pourquoi les produits bio tiennent cette promesse. Sur les fermes, différents moyens servent à souligner la provenance des produits bio. Leur origine est rappelée dans les supports publicitaires ainsi que sur les emballages qui permettent également d'exposer de manière claire et compréhensible les avantages des produits bio. Sur les lieux de vente, nous recherchons le contact direct avec les consommateurs: avec nos «roadshows» – des expositions de rue itinérantes – ou par des dégustations ou des informations dans les magasins ou dans les fermes. A cet égard, les producteurs représentent un pilier essentiel. Par leur engagement, ce sont eux qui donnent un visage aux produits bio, transmettent confiance et crédibilité. Que tous ceux qui ont pris part à notre campagne soient ici remerciés! Notre objectif principal consiste à convaincre les consommateurs bio irréguliers d'acquiescer davantage de produits Bourgeon. Ils achètent entre 1 et 20% de produits bio, mais représentent plus des trois quarts des ventes des produits bio. Le Bourgeon possède ici un grand potentiel. L'application de la nouvelle stratégie de marketing et de communication nous permettra d'utiliser cette opportunité afin de renforcer encore la croissance des ventes bio.





Bilan et recettes 2007

LA CEINTURE S'EST RESSERRÉE

Pour la deuxième année consécutive, les recettes de Bio Suisse se sont nettement contractées, de 7,9 millions de francs en 2005 à 7,2 millions de francs en 2007. Les comptes se concluent cependant par un excédent de recettes de près de 40 000 francs, un bon résultat rendu possible par des efforts d'économie réalisés à tous les niveaux. Le personnel et les dépenses en matériel ont été réduits afin de faire face aux priorités et aux missions de l'association.

Dans une faible mesure, la baisse des recettes s'explique par la diminution du nombre des producteurs Bourgeon et, dans une part nettement plus importante, par le recul des recettes sur les droits de licence, malgré la croissance du marché. Ce manque à gagner est imputable à un mode de perception qui a perdu en transparence au fur et à mesure de son développement et n'était plus en phase avec l'évolution du marché (concentration, répartition du travail). Ainsi, Bio Suisse a adapté ses tarifs pour la première fois depuis dix ans et fortement simplifié le système. Dorénavant, il se compose d'un taux unique de 0,9% appliqué de manière très similaire à la TVA. L'assemblée des délégués a également décidé d'augmenter légèrement les cotisations pour 2008, en moyenne de dix francs par ferme.

Au chapitre des dépenses, 0,727 million ont été consacrés au travail associatif et politique, y compris la formation, 3,264 millions au marketing, y compris la coordination du marché, la promotion des ventes et la publicité Bourgeon, 1,715 million à l'assurance qualité et à l'octroi du label ainsi que 1,231 million à l'administration.

Les modalités de planification et d'établissement du budget ont connu des adaptations rendues nécessaires par l'application de la réforme de l'association entrée en vigueur en avril 2007. Outre une claire répartition des compétences, elle a instauré un nouveau plan comptable et une structure mieux adaptée aux tâches de Bio Suisse.

BILAN AU 31 DÉCEMBRE 2007

Actifs	Total CHF
Actifs circulants	
Liquidités	3 013 202.65
Débiteurs	277 281.05
Marchandises	80 000.00
Actifs transitoires	565 926.49
Total actifs circulants	3 936 410.19
Actifs immobilisés	
Participations	1.00
Mobilier et parc informatique	214 000.00
Immobilisation financières	523 617.00
Total actifs immobilisés	737 618.00
Total Actifs	4 674 028.19
Passiven	
Fonds étrangers	
Fonds étrangers à court terme	835 610.56
Fonds divers (à court terme)	963 431.78
Provisions et réserves	829 100.00
Passifs transitoires	343 378.56
Total fonds étrangers	2 971 520.90
Fonds propres	1 662 730.80
Total Passifs	4 634 251.70
Bénéfice	39 776.49

COMPTES D'EXPLOITATION POUR LA PÉRIODE DU 1^{ER} JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2007

Charges	Total CHF
Marketing	1 752 772.67
Marchandises	393 174.63
Frais de personnel	2 925 935.85
Frais externes	559 204.56
Frais financiers	2 817.98
Amortissements	205 406.00
Frais d'exploitation	555 089.89
Prestations de tiers	543 049.26
Frais hors exploitation	229 541.60
Total charges	7 166 992.44
Recettes	
Contributions producteurs y. c. PSL	2 028 568.05
Droits de licence	3 782 604.42
Subventions fédérales, OFFT	750 293.00
Vente de matériel	185 503.78
Tiers, dons, honoraires, sanctions	281 279.57
Certification pour l'étranger	90 746.01
Intérêts, différences de cours	69 978.55
Recettes hors exploitation, papiers-valeurs	17 795.55
Total recettes	7 206 768.93
Bénéfice	39 776.49



Fédération

DES POSITIONS CLAIRES ENVERS TOUS LES INTERLOCUTEURS

Adoptée par le parlement, l'AP 2011 apporte aussi des changements dans les conditions-cadres pour les paysans bio. La question de l'exploitation biologique de la totalité de l'entreprise agricole a suscité de virulents débats et l'intense engagement de Bio Suisse en sa faveur a été très remarqué par l'opinion publique. Même si le bio fédéral a connu un certain assouplissement (le Bourgeon reste réservé aux fermes entièrement bio), ce principe est sauvegardé et il a été possible d'éviter le pire. Les opposants ne sont ainsi pas parvenus à introduire le concept de cultures bio parcellaires. D'autres modifications spécifiques à l'agriculture bio concernent l'affouragement 100% bio des ruminants, dans le silage de l'ordonnance bio UE de la Confédération, qui posera essentiellement des difficultés aux régions de montagne. L'engagement de l'association conjuguée à des initiatives venues de la base a cependant permis d'obtenir quelques allègements. Un tir groupé, notamment de l'alliance agraire, dont Bio Suisse fait partie intégrante, a heureusement permis d'éviter la scission du programme SRPA entre «pâturage» et «parcours».

La culture de carburants agricoles produits de manière ni écologique, ni durable (et souvent scandaleusement dénommés bio-carburants) et l'autorisation d'essais de technique génétique dans les stations de recherche agricoles préoccupent Bio Suisse. Plutôt que les méthodes, Bio Suisse souhaiterait connaître l'ampleur des risques liés à la coexistence des cultures et les responsabilités qui en découlent.

La promotion de la biodiversité est une exigence formulée de longue date par les producteurs bio. Bio Suisse collabore depuis longtemps avec Pro Specie Rara en faveur de la conservation d'anciennes races et variétés. De nouveaux élans pour relier les espaces de vie sont donnés par l'opération «une agriculture bienveillante envers les animaux sauvages». Soutenus conjointement par Bio Suisse et IP-Suisse, ces projets sont mis en pratique par l'IRAB/FiBL et la station ornithologique de Sempach. En outre, Bio Suisse soutient activement l'initiative pour le paysage.



Questions et réactions à
BIO SUISSE Association suisse des organisations d'agriculture biologique
Margarethenstrasse 87, CH-4053 Bâle
Tél. 061 385 96 10, Fax 061 385 96 11
bio@bio-suisse.ch, www.bio-suisse.ch
Reproduction autorisée avec indication de la source



Martin Ott, paysan bio,
comité de Bio Suisse

Formation

L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE A BESOIN D'UNE FORMATION PROFESSIONNELLE

L'agriculture biologique professionnelle requiert de nombreuses connaissances spécifiques. De ce fait, Bio Suisse souhaite depuis longtemps offrir aux futurs paysannes et paysans bio une formation adaptée et reconnue par la Confédération. Bio Suisse a confié cette mission au bureau de la formation.

En 2004, Bio Suisse, Demeter et l'institut de recherche de l'agriculture biologique IRAB/FiBL avec le soutien du fonds Coop Naturaplan ont inauguré une formation pilote pour les futurs paysans et paysannes bio. Au cours des deux premières années, l'école bio s'est déplacée d'un endroit à l'autre en bénéficiant de l'hospitalité des cantons de Bâle-Campagne, Argovie et Lucerne. La formation pilote fait partie de l'apprentissage classique de trois ans de paysanne et de paysan, avec une spécialisation en agriculture biologique lors de la troisième année. Elle offre une approche intensive du métier de paysan bio et des principes essentiels de la nature. A l'issue de deux années de formation couronnées par la réussite de l'examen de fin d'apprentissage, les futurs paysans bio passent une troisième année sur une ferme bio et suivent sous forme de blocs les cours d'une école professionnelle.

En 2007, la troisième classe pilote s'est achevée avec succès. Lors de la dernière rentrée, l'école s'est installée sur la ferme bio Schwand à Münsingen (BE). La nouvelle volée compte 18 participants, dont 14 pour la spécialisation biologique-dynamique. Inforama Rütli est en charge de la partie scolaire alors que Bio Suisse assume la responsabilité des décisions stratégiques. Le bureau de la formation continuait à s'engager pour la reconnaissance d'un CFC de «paysan/ne avec spécialisation en agriculture biologique». Malheureusement, la réforme de la formation initiale a envoyé ce projet aux oubliettes – malgré notre vif engagement auprès des autorités compétentes. Notre engagement a cependant porté des fruits: les écoles d'agriculture de Planta et de Strickhof ont élaboré des apprentissages bio novateurs, qui permettent aux futurs paysans de se familiariser avec les principes essentiels de l'agriculture biologique. Bio Suisse soutient et encourage ces initiatives.