

# bioactualités

1/09

LE MAGAZINE DU MOUVEMENT BIO

FÉVRIER

Questions à Monsieur Lait Page 4

La Journée bio qui fait le jour sur l'avenir Page 10

Quand la pub mise sur l'éthique Page 14



**bio.inspecta SA** est l'entreprise suisse principale de contrôle et de certification des produits obtenus de manière écologique et durable, respectueuse des animaux et en tenant compte de critères sociaux. Pour le 1<sup>er</sup> avril 2009 ou pour une date à convenir, nous cherchons une/un



## Responsable région Suisse romande (Poste à 40–60 %)

«Contrôler de manière efficace, correcte et en mettant en valeur la personne contrôlée et son travail», voici notre devise. Notre système de contrôle se base sur cette devise et remplit des exigences de qualité très élevées. En plus de notre lien très étroit avec l'agriculture biologique, nos contacts avec les agricultrices et les agriculteurs revêtent une importance capitale. Les directeurs régionaux sont la première personne de contact, aussi bien pour nos clients que pour nos contrôleurs. Ils habitent et travaillent dans leur région.

### Vos tâches:

- ③ Organisation des contrôles de manière efficace et correcte (norme EN 45004)
- ③ Encadrement des contrôleurs travaillant dans votre région: introduction des nouveaux contrôleurs et supervision permanente de leur travail
- ③ Coordination avec les instances cantonales officielles, contacts avec les organisations régionales de producteurs biologiques et les conseillers agricoles
- ③ Inspections et certifications d'exploitations biologiques
- ③ Conduite de cours de formation permanente et de séances d'information

### Nos exigences:

- ③ Diplôme d'agriculteur, maîtrise fédérale ou ingénieur agronome HES
- ③ Connaissances approfondies de l'agriculture biologique
- ③ Capacités à diriger une petite équipe de contrôleurs
- ③ Engagement élevé; capacité à développer des initiatives propres
- ③ Langue maternelle: français (avec excellentes connaissances de l'allemand) ou le contraire

### Nous vous offrons:

- ③ Une activité indépendante et avec de hautes responsabilités
- ③ Une place de travail à votre domicile et des temps de travail flexibles, et donc une activité à temps partiel idéale
- ③ Un contexte professionnel et une entreprise au développement de laquelle vous pourrez contribuer, et dans laquelle vous pourrez développer vos capacités.

Renseignements: auprès de Daniel Gürber, responsable du secteur agriculture (tél. 062 865'63'00)

Intéressé/e? Envoyez votre dossier de candidature à: bio.inspecta SA, à l'attention de Mme Dora Studer, Ackerstrasse, 5070 Frick



**Mühle Rytz AG**

*Agrarhandel und Bioprodukte*

Votre partenaire bio

**Iso-vitmin<sup>®</sup>**

Sels minéraux pour les exploitations bio

#### Notre assortiment

- 8732 Universal Natura perlé, équilibré
- 8733 Universal Natura granulé, équilibré
- 8735 Magvit Natura granulé, avec 12% Mg
- 8736 Calphomag Natura perlé, riche en phosphore
- 8737 Calphomag Natura granulé, riche en phosphore

#### Seaux et pierres à lécher

- 8738 Seau à lécher Natura, avec 6 % Mg, 20 kg/pièce
- 8720 Pierre à lécher, avec 60 mg/kg sélénium, 15 kg/pièce
- 8721 Pierre à lécher, 17 % Ca, 6 % P, 15 kg/pièce

#### Nouveau

- 8740 Bloc de sel à lécher avec sélénium, 10 kg/pièce.

Nous vous conseillons volontiers:

Mühle Rytz AG  
3206 Biberen  
Tél. 031 754 50 00  
www.muehlerytz.ch  
mail@muehlerytz.ch  
et votre conseiller régional

**PROVIMI KLIBA**



## Pots en verre avec couvercle Bouteilles avec fermeture à étrier

Pour toutes sortes d'aliments:  
Marmelades, fruits, légumes, ...

Bocaux de formes et de grandeurs différentes  
de 0,4 dl jusqu'à 1 litre.

Bouteilles avec fermeture à étrier 2,5 dl jusqu'à 1 litre.

Echantillons gratuits avec liste des prix sur demande

**Crivelli Emballages • CH-6830 Chiasso**

☎ 091 647 30 84 • Fax 091 647 20 84

[crivelliimballaggi@hotmail.com](mailto:crivelliimballaggi@hotmail.com)

### Demande de Location

Trois, Deux, Un, Yoga, Naturopathie, Ecologie; louerions  
**habitation isolée** dans la nature **avec jardin potager**

**Merci**

Répondeur uniquement (+33) 384 51 37 60

**Semences biologiques**

et matériel de jardinage,  
littérature, analyses du sol ...

(Catalogue contre enveloppe C5 affranchie, fr. 1.10)

**Susanne & Adrian Jutzet Jossi**



B I O  
S U I S S E

CH-2019 Chambrélen NE / Tél. 032 855 14 86

Fax. 032 855 10 58 / [biosem@biosem.ch](mailto:biosem@biosem.ch)

Bio-Samen  
Semences bio  
Sementi bio

**e-shop: [www.biosem.ch](http://www.biosem.ch)**





## Marché libre: Quelles conséquences?

On nous le serine depuis assez longtemps: le marché suisse du lait sera libéralisé en 2009. Et l'année est à peine commencée que le lait bio doit subir la même baisse de prix que le lait conventionnel. Pourtant le marché du lait bio fonctionne relativement bien.

Les ventes de produits laitiers bio ont fortement augmenté ces trois dernières années. De 12 % rien qu'entre janvier et fin novembre 2008. La production n'a que peu augmenté dans le même temps, et quasiment personne n'a dû déclasser du lait bio. Le Pool joue déjà le rôle d'une bourse du lait en vendant les (derniers) surplus de lait bio au prix du marché mondial. La pression sur les

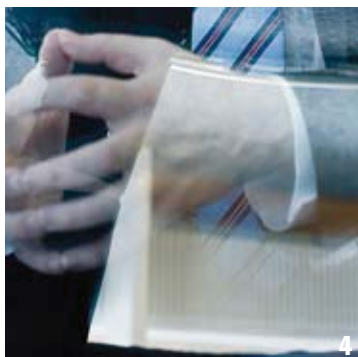
prix à l'exportation ne concerne que quelques transformateurs et n'influence que très peu le marché global. Et les quantités importées en Suisse sont négligeables. Parler de lois du marché dans ces conditions revient plutôt à vouloir faire passer des vessies pour des lanternes! Il est touchant de voir à quel point la transformation et le commerce se préoccupent de l'écoulement du lait bio. Les organisations commerciales rivalisent de sous-enchères (par peur de Lidl?), et certains transformateurs prêchent depuis des années que la différence de prix avec le lait conventionnel doit diminuer. Alors qu'en Allemagne cette différence était de 22 centimes (!) en septembre dernier, pour nos «partenaires» inquiets la limite supérieure est déjà atteinte avec 12 centimes.

Faire le poing dans sa poche ne sert à rien. Les six organisations du lait bio seront encore mieux préparées – et plus unies – pour attaquer les prochaines négociations. Quand on assume des responsabilités dans la mise en valeur et qu'on fait de gros efforts de marketing pour le développement du marché, on peut tout de même exiger de vraies négociations de prix! Nous ne sommes pas des utopistes et nous ne mettrons pas en jeu les acquis de ces dernières années. Mais nous voulons que le marché du lait bio soit enfin indépendant et qu'il ait enfin, à l'ère du marché libre, le droit de fonctionner selon les lois du marché.



Urs Brändli, Président de la CT Lait de Bio Suisse et Paysan bio à Goldingen SG

# bioactualités



## MARCHÉ

### 4 Interview d'Albert Rösti, directeur de PSL

Le contingentement laitier appartiendra au passé dans trois mois. La transformation du marché suisse du lait se déroule de manière plutôt agitée, et le directeur de PSL essaie d'y mettre de bon ordre et de coordination.

## PRODUCTION

### 8 Vaccination contre la langue bleue: Quels effets secondaires?

Suite à la première campagne obligatoire de vaccination, de nombreux éleveurs bio se sont plaints l'année passée des effets secondaires manifestés par leurs bêtes. Les résultats d'une enquête du FiBL.

## ICI ET MAINTENANT

### 10 Connaître l'avenir bio

Lors de la Journée bio de novembre 2008, 230 paysannes et paysans bio ont discuté de leur avenir avec des politiciens, des économistes et des représentants de leurs organisations professionnelles.

## MARCHÉ

### 14 Quand la pub mise sur l'éthique

Les fermes bio particulièrement engagées dans l'écologie, le social ou la culture peuvent en faire état dans leur publicité et leurs relations publiques. Un projet international étudie la meilleure manière de le faire.

### 16 Du lait dans le sac à dos

Une boille à dos pas comme les autres: un distributeur de boisson portatif.

## RUBRIQUES

### 17 Bio Suisse

### 18 Consommation

### 19 Conseils

### 19 Impressum

### 20 Agenda

### 21 Petites annonces

### 22 Brèves

### 23 Le dernier mot: Courrier des lecteurs

# «Le marché du lait bio a fait œuvre de pionnier»

À partir du 1<sup>er</sup> mai 2009, le contingentement laitier appartiendra au passé de l'économie laitière suisse. La transformation du marché du lait se déroule cependant tout sauf de manière harmonieuse, et tous se lancent dans la lutte pour les parts de marché. PSL, la Fédération suisse des producteurs de lait, essaie de mettre de l'ordre dans ce processus et d'empêcher l'effondrement du prix du lait. Les expériences du marché du lait bio, déjà libéralisé, sont d'une grande utilité dans ce contexte, dit Albert Röstli, le vice-directeur de PSL.

**bio actualités:** *En tant que Monsieur Lait pour la Suisse, vous sentez-vous aussi un peu «Monsieur Lait Bio»?*

**Albert Röstli:** (sourit) Le vrai Monsieur Lait serait plutôt le président! Je me considère comme le représentant des 27 000 producteurs suisses de lait. Les quelque 2000 producteurs de lait bio sont un segment important. Je me sens redevable au mouvement notamment parce que, à l'école d'agriculture de montagne de Hondrich, pendant le boum des années nonante, j'ai contribué en tant que chef de la vulgarisation à pousser la reconversion dans l'Oberland bernois en ayant jusqu'à cinq conseillers à la reconversion dans notre équipe de vulgarisation. Je suis donc en mesure de savoir à peu près ce qu'il y a derrière l'agriculture biologique et ce qui a été accompli ces dernières années com-

me travail de développement. Je ne dirais pas forcément que je me sens trayeur bio, mais je me considère sûrement comme un fonctionnaire qui représente aussi les fermes bio.

les paysans bio. Il y a aussi une très bonne collaboration avec Bio Suisse, les échanges fonctionnent très bien. Un exemple: voilà des années que nous remettons à Bio Suisse les contributions marketing et une partie des retenues payées par les producteurs de lait bio pour le Fonds de soutien du prix. Ces moyens sont donc disponibles pour le marketing du lait bio et ne disparaissent pas dans un fonds anonyme.

*Quelles sont donc les principales mesures que vous avez proposées aux membres pour maîtriser le marché?*

Il s'agit ici des quatre plus importantes mesures que PSL aimerait prendre: la coordination des négociations pour le prix du lait, le soutien du marché de la matière grasse, la segmentation du marché et une organisation nationale de vente du lait.

*Peut-on dire que le marché du lait bio est un prototype de ce qui nous attend maintenant à grande échelle?*

On peut en principe le dire. Le lait bio a toutefois l'avantage de permettre la communication d'une plus-value plus claire, d'un autre type de production. Avec la segmentation en lait A et en Lait B par contre, seul ce que le marché peut absorber est décisif pour la formation du prix. Bien que le lait qui est transformé en poudre de lait ait en fait, en tant que matière première, la même valeur que celui qui deviendra du lait pasteurisé. En plus de la différenciation des produits, nous aimerions aussi encore profiter jusqu'au bout de la protection douanière et du supplément pour le lait fromagé.

*La segmentation du marché entre le lait A et le lait B est un axe central de la politique de PSL, mais nous connaissons depuis longtemps un autre type de segmentation: la séparation des marchés du lait bio et du lait conventionnel.*

C'est exact, le lait bio est le segment du

marché qui obtient le prix le plus haut. Ce fait passe très bien dans notre concept, où il est d'ailleurs très utile comme exemple de segment de prix supérieur qui fonctionne. Il est à notre avis juste que le marché bio équilibre lui-même l'offre et la demande et puisse en conséquence décider lui-même des mécanismes de formation du prix. Nous trouvons important que le lait bio puisse conserver son supplément de prix. Et le prix du lait bio ne devrait pas obligatoirement descendre quand le prix du lait conventionnel baisse. Le lait bio qui ne trouve pas place sur le marché bio finit par contre par s'écouler sur le marché conventionnel, et là les prix se retrouvent forcément liés.

*Les surplus déclassés sont d'ailleurs apparemment de plus en plus écoulés au prix B. Les surplus vendus sur le marché conventionnel tirent les prix vers le bas – c'est comme ça. En 2008, la production de lait a globalement augmenté de 5,5 pour-cent. Cette augmentation exerce une pression. Une pression qui augmente encore s'il n'y a pas de contrats pour les surplus, car ils n'atteignent alors guère plus que des prix dérisoires. Pour ces prochaines années, la production bio devrait avoir pour objectif de maintenir les très bons taux de croissance de la demande tout en modérant la croissance de la production. Pour le marché conventionnel, nous parlons d'une croissance de 10 pour-cent jusqu'en 2015. L'année passée, la croissance a été trop rapide.*

*Comment expliquez-vous cette très forte croissance de l'année passée? Les paysans ont-ils produit tellement plus parce que le prix du lait était bon?*

Le prix du lait joue évidemment un rôle, on ne peut pas le nier, mais ce n'est pas le plus important. Car il n'y a pas eu tout à coup plus de vaches le 1<sup>er</sup> juin lorsque le prix a de nouveau augmenté de 6 centimes.

«Le lait bio est le segment du marché qui obtient le prix le plus haut. Ce fait passe très bien dans notre concept, où il est d'ailleurs très utile comme exemple de segment de prix supérieur qui fonctionne.»

*Cela est-il aussi vrai dans l'autre sens? Les productrices et producteurs de lait bio se sentent-ils représentés par PSL?*

Je crois que oui. Nous avons procédé dernièrement à un vote consultatif parmi nos membres. Il s'agissait des mesures prévues autour de la sortie du contingentement. Nous avons globalement recueilli une très forte approbation, en gros 80 pour-cent, et les résultats étaient tout aussi bons parmi

Je pense donc plutôt que les producteurs voulaient se retrouver dans la meilleure situation possible le 1<sup>er</sup> mai 2009. Selon ce raisonnement, on doit pouvoir continuer de livrer toute la quantité qu'on aura eue sous contrat à ce moment-là. Il faut donc s'attendre à une nouvelle augmentation de la quantité de lait jusqu'à la fin avril, car chacun veut avoir la plus grande quantité contractuelle possible; c'est la lutte pour les parts de marché.

*Et on est alors prêt à admettre que les prix vont descendre d'autant?*

Apparemment oui. De nombreux paysans ont peur de revivre la même chose

**«De nombreux paysans ont peur de revivre la même chose que leurs pères lors de l'introduction du contingentement laitier: ceux qui s'étaient montrés solidaires se sont retrouvés les grands perdants de l'affaire.»**

que leurs pères lors de l'introduction du contingentement laitier il y a 30 ans: ceux qui avaient respecté les recommandations officielles de produire moins, c.-à-d. ceux qui se sont comportés de manière solidaire en réduisant leur production, se sont retrouvés les grands perdants de l'affaire. Cette expérience négative complique aujourd'hui à l'extrême la mise en œuvre de la coordination des quantités qui est impérativement nécessaire pour le maintien d'un prix correct.

*Cette lutte pour les parts de marché ne concerne cependant pas que les producteurs, mais aussi les transformateurs.*

C'est en effet ici que se trouve la cause principale des énormes problèmes que nous rencontrons dans l'application d'une coordination efficace des quantités. Pour les organisations de commercialisation (OP et OPU), la seule possibilité consiste à engranger des succès commerciaux stratégiques via la quantité. Elles ne peuvent par contre pas tellement se différencier par le prix. Cela engendre évidemment une contradiction presque insurmontable: les agriculteurs exigent un bon prix et attendent de PSL qu'elle régule les quantités. Nous pouvons certes élaborer des concepts pour le faire, mais ce sont nos organisations membres qui devront les appliquer. Or elles veulent toutes, d'après ce qu'on a vu ces derniers mois, distribuer les plus grandes quantités possibles.

*Enfin, la segmentation du marché en lait A et en lait B contribue aussi à augmenter les quantités. On entend en effet des producteurs dire qu'on leur a offert des quantités supplémentaires en leur promettant qu'elles passeraient cette année en classe A. Ce n'est absolument pas ce que nous voulons. Notre Assemblée des délégués a*

exigé qu'une planification des quantités soit établie avec les entreprises. Il faudrait alors prendre comme quantité de base le dernier contingent qui a été acheté au prix A. Et si c'est encore trop haut pour obtenir un bon prix, il faudrait même pouvoir diminuer cette quantité. Les promesses du genre transformer les surplus vendus au

Photo: Ruben Wyttenbach





prix B en droits de livraison payés au prix A torpillent l'ensemble de la segmentation. Car plus les quantités contractuelles de lait A seront grandes, plus le prix A se rapprochera du prix B.

*Et comment peut-on espérer sortir de ce dilemme?*

Les organisations doivent décider si elles veulent se retrouver en totale concurrence

## «Même s'il a dû surmonter des temps très durs, le Biomilchpool a déjà beaucoup fait pour le marché du lait bio.»

les unes avec les autres, avec pour conséquence que les prix descendront rapidement au niveau de l'UE, ou si elles préfèrent une certaine coordination et pouvoir adoucir la transition en s'aidant de la protection douanière et du supplément pour le lait transformé en fromage.

*Et qui va devoir maintenir l'ordre dans ce système instable?*

Nous avons souvent essayé de passer par la Confédération, mais elle ne veut pas. Le Parlement l'a encore confirmé tout dernièrement en rejetant la motion Kunz qui demandait d'octroyer la force obligatoire à certaines mesures de régulation. Nous devons donc passer par nos organisations. Le mandat statutaire de PSL est de veiller à un prix qui couvre les coûts de production en tenant compte des paiements directs. Cela signifie que nous essayons d'obtenir le plus possible dans les conditions cadres en vigueur. C'est une décision que l'Assemblée des délégués de PSL a prise à une forte majorité et qui a aussi été appuyée par les producteurs bio.

*Les décisions de ce genre ne sont cependant pas très utiles si le marché s'en fout.*

La situation n'est pas aussi sombre que ça. Nous avons pu appliquer au moins une partie de ce concept, sinon les prix seraient descendus encore plus bas. Sa mise en œuvre complète implique cependant de concentrer encore le regroupement de l'offre au sein d'un plus petit nombre d'organisations, sous peine de les voir se

concurrencer sans frein et de voir la situation nous échapper complètement.

*Comment comptez-vous y arriver? Le marché bio a déjà quelques années d'expérience sans pour autant réussir complètement ce regroupement.*

Vous êtes tout de même assez avancés, vous avez fait œuvre de pionnier. Nous le reconnaissons. Les problèmes contre lesquels lutte le marché bio sont très semblables à ceux de l'ensemble du marché. Pour que le regroupement fonctionne, il faut réunir au moins 80 pour-cent du lait, car cela donnerait assez de force aux producteurs pour influencer positivement le marché. Nous aurons donc des chances de réussir si les six plus grandes organisations s'y mettent. Et si elles ne s'y mettent pas, il n'y aura pas d'organisation nationale de commercialisation du lait. C'est ce printemps que ça va se décider.

*Le Biomilchpool n'est d'ailleurs toujours pas parvenu à beaucoup plus que la moitié.*

C'est encore trop peu, mais le Biomilchpool a déjà beaucoup fait pour le marché du lait bio – même s'il a dû surmonter des temps très durs. Le plus grand défi consiste à trouver un système dans lequel le Biomilchpool ne doit pas porter seul la totalité du risque de la régulation du marché. Et ça restera toujours une question de grandeur et de puissance commerciale.

*PSL peut tirer les leçons des expériences du Biomilchpool sur le marché bio. Quelle «contre-prestation» pouvez-vous offrir aux producteurs de lait bio?*

Si nous réussissons à regrouper le lait des grandes organisations, et si le Biomilchpool participe lui aussi à une organisation nationale de commercialisation, ce détour aura permis de réunir une très grande partie du lait bio sous le même toit. Car il y a aussi des producteurs bio à la ZMP ou à la Miba. Au sein d'une organisation nationale de commercialisation, le lait bio serait en plus automatiquement relié au Biomilchpool.

*Le prix à la production était monté de 6 centimes après la grève du lait, mais il est maintenant soumis à de très fortes turbulences. Est-ce que faire preuve de plus de retenue n'aurait pas finalement influencé plus positivement l'évolution des prix?*

Je reste d'avis que nos exigences étaient justifiées. Il aurait d'ailleurs fallu les imposer plus tôt. Les statistiques le prouvent. Nous avons posé nos exigences déjà longtemps avant la grève du lait, lors des

### Lait A, lait B et lait bio

Une des principales mesures que PSL veut introduire après la suppression du contingentement laitier est la segmentation du marché du lait conventionnel. Il y a déjà une segmentation entre le lait bio et le lait conventionnel, qui sont écoulés à des prix différents, mais il s'agit maintenant de segmenter le marché conventionnel en différenciant un lait A et un lait B.

On entend par «lait A» la quantité de lait qui correspond au marché protégé, c.-à-d. la quantité contractuelle de base convenue entre les organisations de commer-

cialisation OP et OPU d'une part et les transformateurs d'autre part. Ce lait obtient un prix plus haut que le lait B. Selon la logique de la segmentation, la quantité A devrait correspondre à environ 90 à 95 pour-cent du volume actuel des contingents. Le «lait B» désigne les surplus qui sont écoulés sur le marché libre et destinés à l'exportation. Selon les modèles, ce lait B devrait à partir du 1<sup>er</sup> mai soit être écoulé via une bourse au prix du jour ou de la semaine, soit être frappé de lourdes retenues.

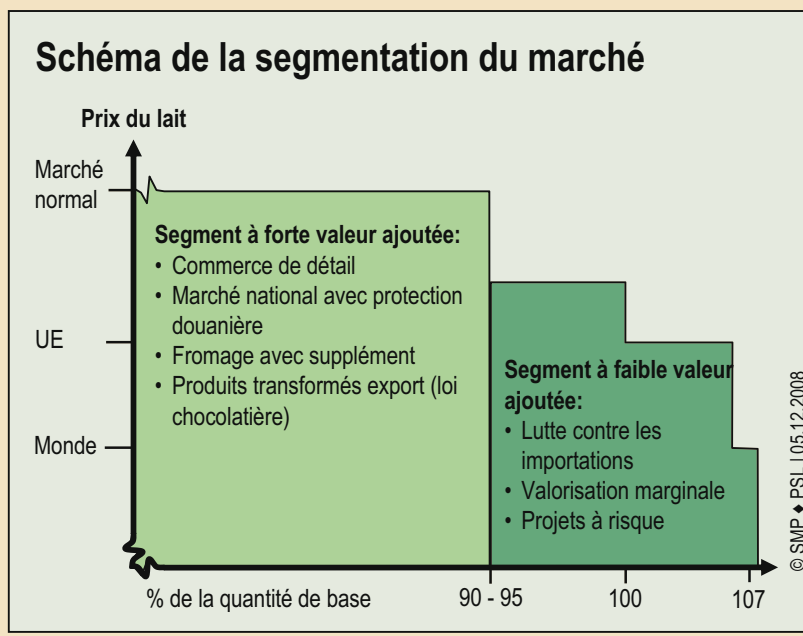




Photo: Ruben Wyttenbach

## «Sans coopération, nous y perdrons tous»

Lors de l'Assemblée générale des Bärner Bio Bure du 15 février au Schwand à Münsingen, une table ronde s'est posé – en réfléchissant tout d'abord à la situation actuelle – la question de ce que pourrait être le marché du lait bio en 2015. Les participants étaient d'accord: faire des pronostics à si long terme est très difficile pour un marché aussi mouvant, il n'y a qu'à voir les chiffres des 12 derniers mois. Tout le monde a pu approuver les mots de Viktor Kambli, le directeur de Biomilk: «L'avenir ne pourra être maîtrisé qu'en mettant en place de bonnes solutions de coopération à tous les niveaux.» Cette petite laiterie qui transforme le lait de 5 fournisseurs de lait de vache et de 5 fournisseurs de lait de brebis en sait quelque chose, car Biomilk a bien dû se résoudre à une bonne coopération avec le plus grand groupe de laiteries du pays car, comme le dit Kambli, «sans Emmi Biomilk n'existerait plus.»

Les petits ont besoin des grands, mais tout le monde a aussi besoin d'une agriculture biologique suisse intacte, a expliqué Bruno Wermuth, le président de la Berner Biomilchgenossenschaft. Car si la demande de produits laitiers bio ne peut pas être couverte avec du lait du pays, le commerce importera probablement des produits finis, ce qui fera forcément diminuer le chiffre d'affaires des transformateurs suisses. Or les marges sont très grandes en Suisse par rapport aux marchés de l'UE. Si le prix du lait descend de 10 centimes, seuls ces 10 centimes sont répercutés sur les prix aux consommateurs. Donc la marge augmente proportionnellement. Il serait donc plus juste que le prix des produits descende lui aussi de 10 pour-cent dans les magasins, ce qui ferait 18 centimes pour le lait pasteurisé.

Pius Biedermann ne veut pas penser à des scénarios d'importation car sa laiterie s'occupe actuellement de développer l'exportation de produits bio. Il a distribué 4 millions de kilos de lait supplémentaires à ses fournisseurs. «Cette quantité est entièrement destinée à l'exportation», explique-t-il. Il la paie 14 centimes de moins que le «lait A» bio qu'il paie 13,5 centimes plus cher que le lait conventionnel.

Urs Brändli, le président de la Commission technique Lait de Bio Suisse, milite lui aussi pour de bonnes conditions de productions pour le lait bio. Les surplus de ces dernières années ont maintenant disparu, et il s'agit d'éviter de glisser vers une situation de pénurie: «À long terme, le manque de lait bio ferait plus de mal que des surplus, car des produits disparaîtraient des rayons et il n'y aurait plus d'innovation.»

Christian Waffenschmidt de Coop affirme quant à lui que la Coop n'exerce pas de pression sur le prix du lait bio. Et, malgré les temps difficiles, le groupe prévoit des augmentations de 5 à 6 pour-cent. «La crise actuelle a été déclenchée par les marchés financiers, et les gens se tournent maintenant vers des valeurs plus réelles», souligne-t-il. Or les produits bio incarnent des valeurs solides qui suscitent la confiance. als

négociations de prix, mais nous n'avions rien obtenu. La courbe des prix pratiqués dans l'UE a continué de monter jusqu'en juillet 2008, et à ce moment-là personne ne pouvait prévoir que la poudre de lait et le fromage allaient subir sur le marché mondial une baisse aussi radicale que celle

**«Des exportations florissantes n'apporteront pas grand-chose aux producteurs si les importations augmentent encore plus rapidement.»**

de l'automne dernier. Cette augmentation de prix nous a en outre permis de mieux nous positionner pour les actuelles négociations de prix, car il y a aussi un seuil psychologique qui limite la baisse de prix qu'on peut imposer d'un seul coup. Sans cette augmentation de prix, nous serions certainement encore plus bas de quelques centimes.

*Vous étiez à la Semaine Verte de Berlin. L'économie laitière suisse est-elle assez en forme pour affronter le marché de l'UE?*  
C'est sûr pour les fromages traditionnels. Les exportations n'augmentent peut-être pas aussi rapidement que ce qu'on voudrait, mais au moins elles augmentent. Le problème principal est ici de trouver une réponse à la question de la lutte contre

les importations. Car la quantité de marchandise importée en Suisse augmente fortement avec l'ouverture des frontières. Et l'éviction des produits suisses dans les magasins doit être compensée par une augmentation des exportations. Ces deux dernières années, les importations ont augmenté de 9 pour-cent chaque année. C'est très critique. Le problème vient surtout des infrastructures de transformation et du marketing national presque inexistant – p. ex. pour le fromage à pâte molle et le fromage frais, deux secteurs où nous ne sommes pas concurrentiels. Nous devons prochainement y réfléchir avec tous les acteurs de la branche. Car l'augmentation des exportations n'apportera pas grand-chose aux producteurs si les importations augmentent encore plus rapidement.

*On ne peut pas dire que les perspectives sont roses.*

Les perspectives à long terme sont bonnes pour la production laitière suisse, mais nous allons à court terme au devant d'une dure période transitoire jusqu'à ce que tout se soit de nouveau stabilisé. Et ce sera encore plus dur pour les producteurs si nous ne parvenons pas à regrouper l'offre. Ceux qui ont décidé de reconverter leur ferme à l'agriculture biologique et qui produisent déjà maintenant du lait bio sont relativement bien placés. Le marché

bio doit certes lui aussi s'attendre à de délicates baisses de prix, mais à un niveau tout de même supérieur.

Interview: Alfred Schädli

# Maladie de la langue bleue: Comment les vaches supportent-elles la vaccination?

L'OVF démarre ces jours la campagne de vaccination 2009 contre la maladie de la langue bleue. Qu'en est-il des problèmes dont les paysannes et les paysans se sont plaints l'année passée après la première campagne de vaccination? Une enquête menée par le FiBL.

La deuxième saison de vaccination contre la maladie de la langue bleue est à nos portes. L'Office vétérinaire fédéral (OVF) a décidé de commencer les vaccinations dès le mois de février pour prémunir à temps les troupeaux contre cette menaçante épizootie. Tous les éleveurs ne sont pas d'accord. Les flots d'indignation qui ont déferlé l'année passée contre l'obligation de vacciner ne sont pas encore apaisés. De nombreuses questions sont encore en suspens et ne peuvent pas recevoir une réponse qui contenterait tout le monde.

Les incertitudes sur la nécessité de la vaccination et les craintes suscitées par ses conséquences sont grandes. Les éleveurs parlent d'énormes problèmes de santé dans leurs troupeaux tandis que les autorités démentent l'apparition généralisée de troubles de la santé animale en relation avec la vaccination. Qu'y a-t-il donc de vrai dans les estimations des éleveurs concernés?

Pour clarifier ces questions, le FiBL a mené une enquête dans les fermes laitières du réseau pro-Q. Les éleveurs ont dû remplir un questionnaire sur les problèmes apparus et leur importance. Parallèlement, les résultats des contrôles laitiers ont été épluchés à la recherche d'éventuelles variations par rapport à l'année précédente.

Le taux de réponse est de 44 % (63 fermes sur 144 ont renvoyé le questionnaire). Sur ces 63 fermes totalisant 1554 vaches,

29 n'ont pas pu constater de problèmes de santé animale après la vaccination, et des observations très variables ont été faites dans les 34 autres.

Les avortements et les problèmes de mamelles ont été fréquents. En plus des problèmes de santé listés dans le tableau ci-dessous, des phénomènes plus généraux comme l'augmentation de l'agressivité dans les troupeaux, l'augmentation des taux de deuxième inséminations, des ballonnements, des problèmes d'onglons, des toux etc. ont aussi été signalés.

## Davantage d'avortements?

■ **Avortements:** La plupart des cas d'avortement signalés (22 avortements dans 12 fermes) sont survenus dans les 3 semaines suivant la vaccination contre la maladie de la langue bleue. Sur ces 22 cas, 10 vaches étaient entre le 2<sup>ème</sup> et le 5<sup>ème</sup> mois de gestation, et 12 ont avorté entre le 6<sup>ème</sup> et le 9<sup>ème</sup> mois de gestation. Dans les 3 à 6 semaines suivant la vaccination, 8 autres vaches ont perdu leur veau. C'est un nombre impressionnant d'avortement, mais il n'y a malheureusement pas de chiffres de référence de l'année précédente pour les fermes concernées.

■ **Pertes:** Entre la deuxième vaccination et le 10 octobre 2008, les 50 fermes qui ont procédé à une 2<sup>ème</sup> vaccination ont perdu 59 vaches par abattage ou par mort sur place. Il y en avait eu 43 l'année précédente pour la même période. Ces chiffres

ne permettent pas de prouver statistiquement que la vaccination a provoqué une augmentation du nombre de vaches perdues.

■ **Santé des mamelles:** Puisqu'une augmentation du nombre de cellules dans le lait n'est pas inhabituelle en été, nous avons comparé l'augmentation du nombre de cellules (pondérée par le rendement laitier) depuis avant la vaccination jusqu'après la 2<sup>ème</sup> vaccination avec l'augmentation de cellules constatée l'année précédente pour la même période. Dans ces fermes, l'augmentation pondérée du nombre de cellules (¢) était de 58 000 ¢/ml, mais elle était plus élevée pour l'été précédent (augmentation de 72 000 ¢/ml pour la même période). En répondant au questionnaire, 14 fermes ont coché l'augmentation de nombre de cellules comme conséquence possible de la vaccination. L'analyse de ces 14 fermes montre elle aussi que l'augmentation du nombre de cellules de plus de 80 000 ¢/ml pour l'été précédent était au moins aussi forte que pendant l'année de la vaccination.

■ **Rendement laitier:** 7 fermes ont signalé une baisse du rendement laitier comme conséquence de la vaccination. Entre avant et après la vaccination, les vaches des 50 fermes dont on sait qu'elles ont procédé à une 2<sup>ème</sup> vaccination ont subi, selon les résultats des contrôles laitiers, une diminution du rendement laitier de 2,9 kg/jour, mais une diminution de 3,0 kg/jour a été constatée pour l'année précédente. De même, dans les 7 fermes qui ont attribué cette diminution à la vaccination, la diminution était plus faible en 2008 que l'année précédente (3,5 kg/jour contre 5,1 kg/jour). Une ferme a constaté que les vaches n'ont subi qu'une brève baisse du lait après la 1<sup>ère</sup> vaccination et qu'elles n'ont pas réagi après la 2<sup>ème</sup> vaccination. La date de la 1<sup>ère</sup> vaccination nous était connue pour 5 des fermes qui ont signalé une baisse du lait dans le questionnaire.

Observations	Fermes	Bêtes concernées
Avortements	16	30
Augmentation du nombre de cellules	16	(troupeau)
Mammites	10	18
Baisse du lait	8	(troupeau)
Lumbagos	7	11
Diarrhées	5	(troupeau)
Faiblesse	3	(troupeau)
Cas mortels	3	3
Problèmes de santé après la vaccination dans 34 fermes, 29 des fermes ayant participé à l'enquête (46 %) n'ayant signalé aucun problème.		



Sur ces 5 fermes, 4 ont effectivement eu après la première vaccination une baisse du lait plus forte que l'année précédente (2,8–6,2 kg/vache en 2008 contre (0,4–3,1 kg/vache en 2007).

■ **Fertilité:** Des données sur la fertilité ont été fournies par 33 fermes. L'indice d'insémination, qui était de 1,72 insémination par vache pour la période du 01.10.2006 au 01.10.2007, était nettement plus élevé (1,87) pour l'année de la vaccination (du 01.10.2007 au 01.10.2008). Une recrudescence d'inséminations a cependant été constatée avant le 1<sup>er</sup> juin, c.-à-d. avant le début de la campagne de vaccination. Un total de 36 vaches ont été inséminées pendant la période qui s'étendait jusqu'à trois mois après la 2<sup>ème</sup> vaccination, ce qui correspond exactement à la valeur de l'année précédente. Une multiplication des retours en chaleurs n'a donc pas pu être constatée dans ces fermes.

### Aucun effet secondaire systématique constaté

On peut donc exclure pour les fermes étudiées un effet systématique de la vaccination (p. ex. dû au virus vaccinal). Cette conclusion est justifiée par la grande diversité des symptômes observés d'une part, et par le nombre élevé de fermes sans aucun problème d'autre part (et on peut en outre

supposer qu'une grande partie des 81 fermes qui n'ont pas répondu à l'enquête n'avaient pas de problèmes non plus).

De nombreux éleveurs observent donc apparemment une augmentation des problèmes de santé de leurs bêtes, problèmes qu'ils attribuent à la vaccination en oubliant que nombre de ces problèmes sont saisonniers et qu'ils s'étaient déjà manifestés de manière comparable l'année précédente.

Les avortements semblent néanmoins être un domaine plus critique que les autres. Vu que seule 1 ferme sur 5 était touchée et vu que les avortements peuvent être dus à de nombreuses causes (autres infections présentes dans la ferme, fourrages de mauvaise qualité, stress, etc.), on ne peut très probablement pas les attribuer au vaccin, mais – comme nous l'avons déjà mentionné – les chiffres de l'année précédente brillent par leur absence.

Même si de nombreux problèmes fréquents dans certaines fermes n'ont probablement aucune relation avec la vaccination, il reste impossible d'exclure toute réaction individuelle négative à la vaccination. De même, le grand nombre de symptômes différents signalés par les fermes indique qu'il s'agit de réactions au stress comme il en survient fréquemment suite aux vaccinations. Il est aussi possi-

ble que seule une combinaison du stress de la vaccination et d'autres facteurs – p. ex. chaleur estivale, alpage, autres agents pathogènes – puisse provoquer des complications.

### Éviter le stress

Les conséquences de la vaccination qui sont survenues dans quelques fermes doivent être prises au sérieux. Il est recommandé d'éviter le stress lié à la vaccination et de vacciner plus tard les animaux affaiblis (prévenir le vétérinaire).

Globalement, les effets secondaires de la vaccination mentionnés ici doivent être mis en regard de ce qui est jusqu'ici un grand succès de la vaccination obligatoire contre la maladie de la langue bleue. On étudie actuellement en Autriche la possibilité de soutenir la vaccination par l'homéopathie (p. ex. avec Thuya ou avec un nosode vaccinal) dans le but d'en amoindrir les effets secondaires. Les effets ne sont pas encore connus, mais cette démarche pourrait s'avérer judicieuse du point de vue homéopathique. Le nosode vaccinal en question n'étant cependant pas encore disponible en Suisse, il faut avant tout mettre l'accent sur la tranquillité et la douceur pendant la vaccination des animaux.

Peter Klocke et Ariane Maeschli, FiBL

## «Feed no Food»: Produire du lait bio et de la viande de bœuf bio avec le moins possible de concentrés

Dans la production de lait de vache et de viande de bœuf, l'augmentation des performances repose sur des concentrés dont la production monopolise d'énormes surfaces de grandes cultures: un tiers des céréales produites dans le monde sert à nourrir des animaux. La Suisse utilise chaque année 1,6 million de tonnes de concentrés dont la moitié est importée. Et la proportion des importations est encore plus élevée en bio. Or les ruminants devraient manger essentiellement des fourrages grossiers qui ne concurrencent pas l'alimentation humaine.

Un nouveau projet du FiBL, soutenu finan-

cièrement par le Fonds de la Coop pour le développement durable, étudie et développe des concepts de production de lait de vache et de viande de bœuf sans ou avec très peu de concentrés. La santé animale ne doit bien sûr pas en pâtir, et la fertilité en sera un des indicateurs. Les réactions individuelles des animaux seront aussi recensées pour établir le profil génétique d'une vache à fourrages grossiers adaptée aux conditions locales et fermières. Le projet tient aussi compte des questions de qualité des produits, de durabilité et de rentabilité.

Ce projet a besoin d'expériences pratiques

faites par les fermes bio qui nourrissent leurs bovins sans ou avec très peu de concentrés. Nous cherchons des éleveurs prêts à nous communiquer leurs expériences et à nous aider à atteindre les grands objectifs de ce projet.

Vous pouvez soit seulement participer à l'enquête (qui comprend une visite de la ferme) soit devenir ferme pilote, ce qui implique des visites régulières de la ferme, un suivi des troupeaux et la mise en place d'un concept homéopathique prophylactique et thérapeutique. Un grand merci d'avance pour votre soutien!

Christophe Notz, FiBL

- Oui, j'aimerais:  participer à l'enquête  
 participer au projet  
 je n'utilise déjà plus de concentrés  
 j'utilise déjà très peu de concentrés (< 10 %)  
 j'utilise 10 % de concentrés (le maximum autorisé par le Cahier des charges) et j'aimerais diminuer

Je produis:  du lait  de la viande

Nom, prénom \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_

NPA, Localité \_\_\_\_\_

Tél., courriel \_\_\_\_\_

Zone agricole \_\_\_\_\_

Envoyer le talon à:  
FiBL, «Feed no Food»  
Postfach, 5070 Frick  
Fax 062 865 72 73



# La Journée bio qui fit le jour sur l'avenir

Les centres d'agriculture du Plantahof et du Strickhof ont organisé ensemble en novembre 2008 une Journée bio qui se déroulait sur les deux sites. Intitulée «Où va l'agriculture biologique?», cette journée a permis à 230 paysannes et paysans bio d'aborder des questions d'actualité et de rechercher des réponses pour l'avenir. Ces discussions animées sur l'avenir du bio se basaient sur une enquête à laquelle près de 400 paysans Bourgeon avaient participé.

Ce n'était certes ni le premier ni le dernier questionnaire à atterrir sur le bureau ou la table à manger des paysans Bourgeon. Cette enquête réalisée par les centres d'agriculture du Plantahof et du Strickhof avait pour but d'esquisser l'avenir de l'agriculture biologique en Suisse. Près de 400 paysannes et paysans bio se sont pliés à l'exercice.

L'enquête lancée par ces deux centres de formation et de conseil devait donc «tirer le portrait de l'avenir du mouvement bio». Les 2485 fermes Bourgeon qui ont reçu en automne 2008 le questionnaire qui comprenait huit questions pour chacun des huit thèmes principaux étaient situées en «Suisse orientale élargie», c.-à-d. dans les cantons SG, TG, ZH, ZG, GL, GR et AG. Les 398 questionnaires remplis reçus par Bettina Springer et Erik Meier du Strickhof et par Paul Urech du Plantahof correspondent à un taux de retour très honorable de 16 %. En plus des réponses préétablies (cases à cocher), les sondés pouvaient formuler des commentaires, des propositions et des remarques, ce qu'ils ont fait très souvent et semble-t-il très volontiers.

## Du Cahier des charges au Marché

Voici maintenant dans l'ordre les huit thèmes d'actualité pour l'avenir de l'agriculture biologique qui ont été traités par l'enquête.

■ **Cahier des charges:** Dans le contexte du «Sens et non-sens des directives bio», se posait la question des éventuelles améliorations possibles. Trois bons quarts (76,5 %) des sondés se sont prononcés contre un système de points qui pourrait déboucher sur l'octroi du Bourgeon en plus de la norme bio minimale correspondant à l'Ordonnance bio. Et plus des deux cinquièmes (42 %) sont satisfaits de l'actuel système de contrôle car il a selon eux fait ses preuves.

Il ressort en outre des commentaires

qu'une banalisation ou une dilution du label est considérée comme dangereuse. Certains ont formulé le principe suivant: «On est bio ou on ne l'est pas.» Les exigences doivent rester fortes, et certains proposent un système de bonus-malus basé sur des points positifs et négatifs.

■ **Énergie et agriculture biologique:** Le gaspillage de l'énergie et l'agriculture biologique font tout sauf bon ménage, et des bilans énergétiques pourraient permettre de mesurer comment les fermes bio utilisent l'énergie, mais seuls 17 % ont approuvé l'idée d'introduire cela comme prescription contraignante pour le Bourgeon. Tandis que 21 % pourraient s'en accommoder si ça reste sur base volontaire, près des deux tiers (64 %) ne voient aucun intérêt dans les bilans énergétiques et croient plutôt à l'efficacité d'appels ou d'incitations aux économies d'énergie. Les remarques au sujet de l'alourdissement des contrôles et de la multiplication des labels parlent aussi là-contre. Les importations d'aliments fourragers dues à la clause du 100 % bio ne seraient pas précisément économes en énergie, remarquent acerbement plusieurs sondés. Les fermes bio doivent économiser l'énergie et préférer les énergies renouvelables et régionales.

■ **Publicité ou crédibilité:** la publicité enjolive la plupart du temps la réalité, aussi en bio. Mais qu'en pensent les paysannes et paysans bio? Pour la plupart (61,7 %), la publicité «doit impérativement revêtir un caractère explicatif et montrer aux consommateurs les véritables interactions.» Sous peine de creuser un fossé entre les producteurs et les consommateurs. Un petit cinquième (19,4 %) ressent la publicité pour le Bourgeon comme «éloignée de la réalité» ou «idyllique» mais trouve que c'est «en ordre» et «professionnel» comme ça. Presque autant de sondés (18,8 %) trouvent que Bio Suisse pourrait simplement s'épargner toute dépense publicitaire.

Les remarques à ce sujet sont contra-

dictoires. La plus récente campagne publicitaire de Bio Suisse plaît à ceux qui pensent que «la publicité doit exagérer», tandis que d'autres sont convaincus que seules la transparence et la crédibilité mènent au but. Le dialogue entre les consommateurs et les paysans serait tout aussi important, mais il nécessite du temps.

■ **Prix agricoles équitables:** La question 4 commence par une affirmation: Les prix du marché n'ont bientôt plus rien à voir avec la valeur du produit. Cela provoque l'appel à des prix agricoles équitables, surtout pour les produits bio. Une des quatre approches proposées, que bien 43 % des sondés ont approuvée, prévoit une meilleure transparence des prix: il faudrait déclarer qui reçoit quelle part du prix du produit.

Un peu plus de 23 % plaident pour une production contractuelle avec les consommateurs, près de 15 % préconisent des interventions de l'État dans la structure des prix selon le principe du salaire paritaire qui était de mise par le passé, et juste 19 % pensent que la gestion des quantités par Bio Suisse est la meilleure solution pour obtenir des prix justes.

Devoir déclarer sur les emballages qui reçoit quelle part du prix de vente des produits aurait certes une «valeur éducative» pour les consommateurs, les transformateurs et le commerce, note un agriculteur néanmoins conscient que «seule une minorité apprécie l'éducation.» Un autre trouve cette idée «géniale» mais pense que la transformation et le commerce «n'acceptera vraiment jamais» un tel effort de transparence. Atteindre des prix justifiés passerait donc par la qualité et le profillement par rapport à d'autres labels, une bonne publicité, de la pugnacité dans les négociations et une distribution aussi directe que possible.

■ **La politique agricole engendre des paysans à temps partiel:** La thèse de départ affirme que l'actuelle politique agricole et son système de paiements directs

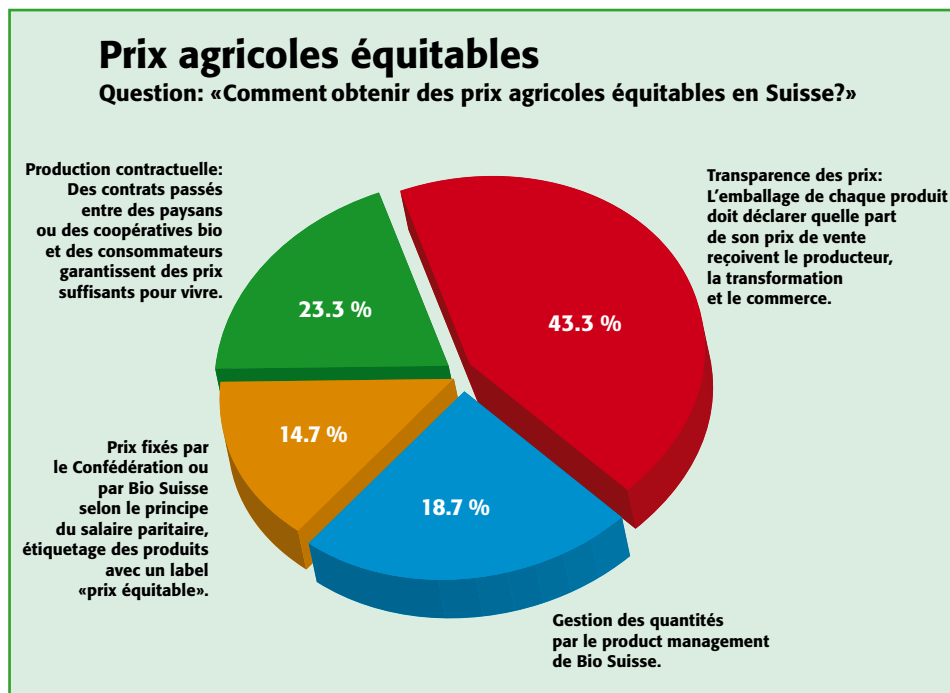
nous mènent tout droit vers une agriculture à temps partiel, ce qui laisse trois approches ouvertes. Un peu moins de 18 % approuveraient une mutation structurelle radicale (favoriser les entreprises agricoles à plein temps en divisant par deux les contributions à la surface et en relevant le seuil UMOS minimal à 1). Si 17 % ne veulent une telle mutation structurelle que si elle est lente et socialement supportable, près des deux tiers (65,1 %) disent non: même les petits producteurs et ceux à temps partiel doivent être soutenus. Les remarques dressent l'inventaire des avantages de la petite paysannerie, dont par exemple: la diversification est une force du bio, la qualité au lieu de la quantité, les petites fermes ont (au moins autant) de valeur écologique, sociale et régionale que les grandes.

■ **Plus de fourrages bio, plus de contributions bio:** L'alimentation animale 100 % engendre une augmentation des coûts de production. Doivent-ils être compensés par une augmentation des contributions? Une bonne moitié (53 %) répond clairement oui, tandis que 37,4 % aimeraient les «compenser par une augmentation des prix à la production (lait et viande)», selon la formulation du questionnaire. Et seuls 9,6 % sont d'avis que les coûts supplémentaires sont déjà compensés.

Se pose ainsi aux paysans bio la question épineuse par excellence. Des affirmations comme «j'en suis bientôt au point où je devrai arrêter» ou «... sinon beaucoup tourneront le dos à l'agriculture biologique» l'illustrent bien. Certains souhaiteraient pouvoir acheter des fourrages conventionnels mais régionaux. Dans d'autres cercles bio, peut-être bénéficiant de conditions avantageuses, on entend plutôt: «quel foin pour 10 pour-cent de fourrage bio de plus!», ou alors on se demande pourquoi des fermes bio doivent en arriver à acheter des aliments fourragers.

■ **Viande bio vendue sur le marché conventionnel:** De manière provocatrice, l'avant-dernier point affirme que 95 % de la viande bio produite en Suisse sont vendus sur le marché conventionnel parce que les bouchers et les consommateurs recherchent la qualité et pas le bio.

Le questionnaire donne ensuite quatre mesures à choix pour améliorer la qualité de la viande d'étable: proportion minimale de race à viande 50 % (36,4 % des sondés ont coché cette case), faire passer le maximum de concentrés de 10 à 20 % (21,5 %), autoriser la poudre de lait pour les veaux à l'engraissement (27,9 %), traitements



L'idée de devoir déclarer sur les produits quelle part du prix de vente revient à qui est largement soutenue.

Pour la mise en valeur, le nombre total de réponses est considéré comme le 100 %, donc les absences ne sont pas prises en compte. Ceci est valable aussi bien pour le graphique que pour les chiffres mentionnés dans le texte.

antiparasitaires obligatoires (14,1 %). Ces mesures ne sont cependant pas vraiment mises en rapport les unes avec les autres, et le questionnaire semble méthodologiquement critiquable sur ce point. De nombreux sondés ont apparemment eu de la peine à choisir: 129 d'entre eux n'ont en effet coché aucune des réponses à cette question. L'amélioration des ventes de viande bio passerait selon certains plutôt par la régionalisation de l'abattage, de la transformation et de la commercialisation. Quelqu'un dit même que la commercialisation régionale serait plus importante que la commercialisation bio. Et on veut aussi miser sur la qualité et se démarquer sur le marché par de meilleures conditions d'élevage et d'alimentation et donc par une viande plus nutritive, et en soutenant cet effort par de la publicité et des explications ciblant les bouchers, les cuisiniers et les consommateurs. Autre approche enfin, le retour à la vache à deux fins comportant une part de race à viande.

■ **Approvisionnement bio des institutions publiques:** La Confédération et les cantons soutiennent le bio, mais ce soutien ne passe que rarement par l'approvisionnement bio des autorités et des institutions publiques, sans doute pour des raisons financières. La moitié des sondés caressent le rêve d'une proportion obligatoire: 10,5 % trouvent que les écoles d'agriculture devraient proposer à tous un menu bio au moins une fois par semaine,

33,9 % exigent que Bio Suisse exerce une pression politique pour qu'au moins 20 % des denrées alimentaires achetées par les institutions publiques soient des produits bio.

L'autre moitié (50,2 %) ne veut pas de contrainte et mise sur l'achat volontaire de produits bio par les organismes publics.

Pour cette question aussi, plus d'une centaine de sondés se sont dérobés à toute réponse. Les remarques prônent d'abord la communication: attirer l'attention sur la contradiction entre soutenir le bio et consommer bon marché. Davantage de productrices et de producteurs bio dans les parlements. Publicité explicative bien ciblée. D'autres veulent par contre une augmentation de la pression politique pour une part bio obligatoire. Et quelqu'un propose aux institutions étatiques de proposer des menus bio bon marché.

On ne sait pas très bien pourquoi la remarque ci-dessous a été notée précisément pour la question sur la consommation bio des institutions étatiques, mais nous ne voudrions pour rien au monde en priver qui que ce soit:

«Les postes de travail de Bio Suisse, du FiBL et des contrôles bio devraient être occupés davantage par des gens qui ont un rapport pratique avec l'agriculture que par des citadins et des marginaux qui vivent dans un monde d'illusions et qui nous compliquent la vie pratique (...).»

Reiner Schilling et Markus Bär



# «C'est pas bio de brouter par-dessous la clôture!»

Lors de la table ronde publique du début de l'après-midi, des représentant-e-s de la politique, de l'économie et des organisations se sont posé la question de l'avenir de l'agriculture biologique en Suisse. Le bio actualités a recueilli pour vous quelques paroles tombées du podium ou montées de la salle.

**C**ahier des charges: Une simplification des directives et des contrôles est-elle envisageable sans courir le risque d'une perte de confiance? Pour le directeur de Bio Suisse Markus Arbenz, le problème n'est pas la simplification du Cahier des charges, mais ceux qui, citant la réponse d'un paysan, «veulent brouter par-dessous la clôture». Le besoin de simplification des directives devrait bientôt être pris en

compte lors de la révision intégrale de la réglementation de Bio Suisse. Cela devrait permettre de stopper aussi bien l'actuelle pratique des directives «bouche-trous» que la multiplication anarchique des prescriptions.

Un agriculteur pose la question: «Devrons-nous donc respecter jusqu'à la dernière et moindre des prescriptions des directives bio de l'UE?» Et d'illustrer

l'amenuisement de la marge de manœuvre des fermes bio par un exemple basé sur les constructions en légos: la plaque de base représente le Bio Fédéral, et chaque label – le Bourgeon, Demeter, Kagfreiland etc. – y pose ses briques légos (ses propres exigences). Mais voilà que la plaque de base s'est continuellement épaissie ces dernières années tandis que les légos posés dessus devenaient toujours plus petits.

## Les résultats des ateliers

Après le forum, trois ateliers ont permis d'approfondir chacun un thème choisi. Ces ateliers réunissaient les paysans bio et des experts de la politique, de l'économie et des organisations. Voici le résumé des résultats et quelques citations marquantes.

### ■ Comment vendre plus de viande bio?

Hans-Georg Kessler, le product manager Viande de Bio Suisse, rappelle que, dans certaines catégories de viande bio comme celle d'agneau par exemple, la production dépasse les capacités d'écoulement du marché bio. De même, seul un tiers de la viande des 6500 natura-beefs bio achetés par la Coop en une année peut être vendue avec le label Bourgeon. Les porcs Bourgeon sont par contre tellement demandés que des importations sont envisagées.

La vente directe de viande bio marche bien chez un des participants: «Je fournis des restaurants et je décide moi-même des prix et du marketing, mais ce marché régional est bien sûr limité.» Sara Stalder, la directrice de la Stiftung für Konsumentenschutz, mentionne que la consommation hors du domicile représente maintenant 50 % et qu'elle reste à conquérir. Un des participants prône la réduction des quantités et dit: «Ce serait une illusion de croire que vendre plus de viande permet de gagner plus.» Le bio n'est pas une marchandise de masse, souligne Sara Stalder, et c'est exactement là qu'est sa chance, aussi dans le secteur de la viande. La plus-value des produits bio doit être communiquée de manière plus générale, remarque un agriculteur – «Ce n'est pas sans raison que Coop et Migros font de la publicité.» Les producteurs critiquent la politique des déductions de prix prati-

quée par les acheteurs: «Un demi-kilo de poids vif en trop coûte jusqu'à 560 francs à un engraisseur de veaux bio!», prétend un connaisseur de la branche. Le prix des carcasses est quant à lui déterminé de manière trop unilatérale uniquement d'après le rendement alors que la qualité finale de la viande dépend essentiellement de la maturité d'abattage, un critère qui peut aussi être rempli par les races laitières, rajoute le même spécialiste.

### ■ A-t-on besoin du Bourgeon pour la commercialisation?

Un agriculteur montre comment sa commercialisation régionale lui permet de ne plus dépendre du Bourgeon. Son propre nom lui permet de garantir l'authenticité de ses produits et de réaliser une plus-value. À l'opposé, une paysanne bio explique les avantages qu'elle retire du Bourgeon depuis sa reconversion: elle vend des légumes et de la viande en direct, mais aussi à des grands distributeurs, et la valeur du Bourgeon a augmenté pour elle. L'avantage et la valeur du Bourgeon résident dans sa crédibilité et sa notoriété, finit donc par résumer le groupe de travail. Les prestations de la Fédération, comme ses fonctions de plate-forme de discussions internes ou celles de représentation externe des intérêts, ou encore le développement du label, sont appréciées. Les désavantages du Bourgeon semblent être ses lacunes de délimitation vis-à-vis de la PI ou d'autres labels, mais aussi la

concurrence de et à la commercialisation régionale. Les produits Bourgeon importés peuvent nuire à sa crédibilité. Globalement, la valeur du Bourgeon est considérée comme très grande.

### ■ Participer activement à la politique

Paul Urech présente les résultats de cet atelier en énumérant différents problèmes rencontrés par les fermes bio: les productrices et producteurs bio sont préoccupés par la mutation structurelle, la crise économique, la faiblesse du lobby bio, les prix aux producteurs, la perte de terres agricoles et l'intensification de l'agriculture. Ces problèmes ne peuvent recevoir qu'une solution indirecte basée sur le principe «Participer aux discussions vaut tout le reste!», mais ce principe exige de se tenir sans cesse au courant, de lire et de discuter en détail les lois, ordonnances, projets etc.

Le souhait adressé aux autorités est de pouvoir utiliser à fond la marge de manœuvre disponible lors de l'application des dispositions légales. Sur le plan politique, il semble plus difficile d'obtenir des concessions dans le domaine des paiements directs ou dans celui du libre-échange. Les responsabilités personnelles et la solidarité ne doivent pas être galvaudées.

Le groupe recommande finalement, pour lutter contre la salade des labels, de placer le Bourgeon en point de mire. Tout le monde peut y contribuer: producteurs, commerce et Fédération bio. rsch

■ **Bilans énergétiques:** Au sujet de l'éventuelle introduction d'un bilan énergétique pour les fermes bio, Markus Arbenz avertit des dangers que la réduction à certains facteurs comme l'énergie, la biodiversité ou la protection des animaux ferait courir, car il ne faut selon lui pas dissocier les divers aspects de l'agriculture biologique mais la considérer toujours plus dans sa globalité.

■ **Prix à la production équitables:** «Qu'est-ce qu'un prix équitable?» Erik Meier pose la question directement à Patrick Aebi de l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG). Aebi est convaincu que les prix sont définis par le marché. «Qui d'autre devrait sinon décider quel prix est équitable?» Un agriculteur réplique alors avec irritation que les prescriptions de l'OFAG provoquent justement des distorsions de prix: «Le marché doit édicter les prescriptions, mais c'est le consommateur qui doit décider.» Les producteurs bio novateurs sont selon lui freinés par les autorités. Le Conseiller national Andrea Hämmerle est lui aussi d'avis que la struc-



Trop d'agneaux et pas assez de porcs: Hans-Georg Kessler, le product manager Viande de Bio Suisse.

ture des prix est décidée par le marché, mais il souligne que les paiements directs supplémentaires sont justifiés par les prestations d'utilité publique fournies par l'agriculture biologique. Y a-t-il un commerce équitable pour les produits Bourgeon? Bio Suisse étudie cette question depuis un certain temps, dit Markus Arbenz qui souligne que le principe de Max Havelaar n'est pas applicable au marché intérieur suisse.

■ **Positionnement des produits bio:** Les produits des lignes d'épicerie fine concurrencent les produits bio bien que les deux puissent s'accorder, dit un agriculteur. Le bio devrait donc être la base sur laquelle les autres labels «viennent se rajouter», enchaîne Markus Arbenz. Outre les propriétés et l'apparence des produits,



Animée mais pas énervée: La culture de la discussion chère au mouvement bio a suscité l'admiration de Patri Aebi, le chef du service de la promotion de la qualité et des ventes de l'OFAG.

l'emballage et la publicité influencent aussi les comportements d'achat des consommateurs. Axel Dippold de la Coop souligne que la Coop a déjà des articles «Fine Food» avec le Bourgeon, par exemple une panna cotta, mais qu'il y a des limites à la combinabilité des labels et de leurs affirmations pour un même produit.

Les marchandises non standardisées ou de deuxième choix n'arrivent même pas sur le marché, disent des agriculteurs. Sara Stalder, la directrice de la Stiftung für Konsumentenschutz, ne peut vraiment pas comprendre pourquoi les grands distributeurs ne veulent avoir que des fruits et légumes standardisés. Elle met aussi en garde contre les «chasseurs de bonnes affaires», dont le comportement peut interrompre la filière de valeur ajoutée.

■ **Souhaits finaux:** Lors d'un dernier tour de table, les orateurs du podium pouvaient «distribuer» leurs conseils aux producteurs. Patrik Aebi apprécie la culture de la discussion propre au mouvement bio

che Ratschläge get  
bäuerinnen und Biok



Considérer l'agriculture biologique dans globalité et ne pas la diviser en aspects isolés comme l'énergie, la biodiversité ou la protection des animaux: Markus Arbenz, le directeur de Bio Suisse.

et conseille de continuer d'entretenir cette valeur. Axel Dippold se joint à ce conseil et se réjouit que tant de paysannes et de paysans aient pris le temps de participer à cette journée, et il ajoute qu'il transmettra certaines impulsions de cette journée aux rouages internes de la Coop et de Bell. Andrea Hämmerle, un pionnier de l'agriculture biologique, dit littéralement:



Photos: Reiner Schilling

Sara Stalder, la directrice de la fondation pour la protection des consommateurs, souhaite aux producteurs et productrices bio de conserver leur forte conscience de soi et leur belle fierté professionnelle.

«Le bio est ce qu'on peut faire de plus intelligent.» Il encourage les participants: «Participez, impliquez-vous, ne faites pas le poing dans la poche car ça ne sert à rien.» Sara Stalder souhaite aux producteurs et productrices bio de conserver leur forte conscience de soi et leur belle fierté professionnelle. Et enfin, Markus Arbenz avait mis sur sa liste de souhaits entre autres choses le maintien du dialogue et la durabilité, mais aussi la vision d'un Bourgeon cher au cœur de tous.

Reiner Schilling

# Quand les valeurs éthiques deviennent des arguments de vente

De nombreuses fermes bio s'engagent sur les plans écologiques, sociaux ou culturels en allant beaucoup plus loin que les exigences des directives bio. Il peut être intéressant pour ces fermes de souligner ces aspects dans leur communication publicitaire, leur marketing et leurs relations publiques. Un projet international de recherche auquel participe le FiBL étudie donc la meilleure manière de communiquer ces valeurs éthiques en agriculture biologique.

**N**otre viande provient exclusivement d'élevages de la Suisse centrale respectueux des animaux. Nous attachons beaucoup d'importance au traitement respectueux des animaux de boucherie et aux transports les plus courts possibles.» C'est par ces mots que la ferme biologique Ueli-Hof de Horw LU fait de la publicité pour ses produits carnés. D'autres producteurs et entreprises soulignent davantage les effets sociaux et culturels positifs liés à l'achat de leurs produits bio. La fromagerie d'Andeer GR explique par exemple que la transformation du lait sur place permet aux quelques dernières fermes de montagne qui restent de survivre, et que le maintien de la valeur ajoutée dans les régions de montagne contrecarre en outre

l'exode qui les frappe. La ferme argovienne du Murimoos, qui est soutenue par une association, peut elle aussi mentionner son mandat social: nonante personnes ayant besoin d'assistance trouvent ici dans l'agriculture, l'horticulture et divers ateliers une place de travail protégée. Ils peuvent habiter et travailler durablement dans le «village» ou s'y préparer au retour à la vie professionnelle.

Ces trois entreprises ont en commun le fait que leur engagement éthique va plus loin que les directives de l'ordonnance bio et qu'elles communiquent cette plus-value à leurs clients.

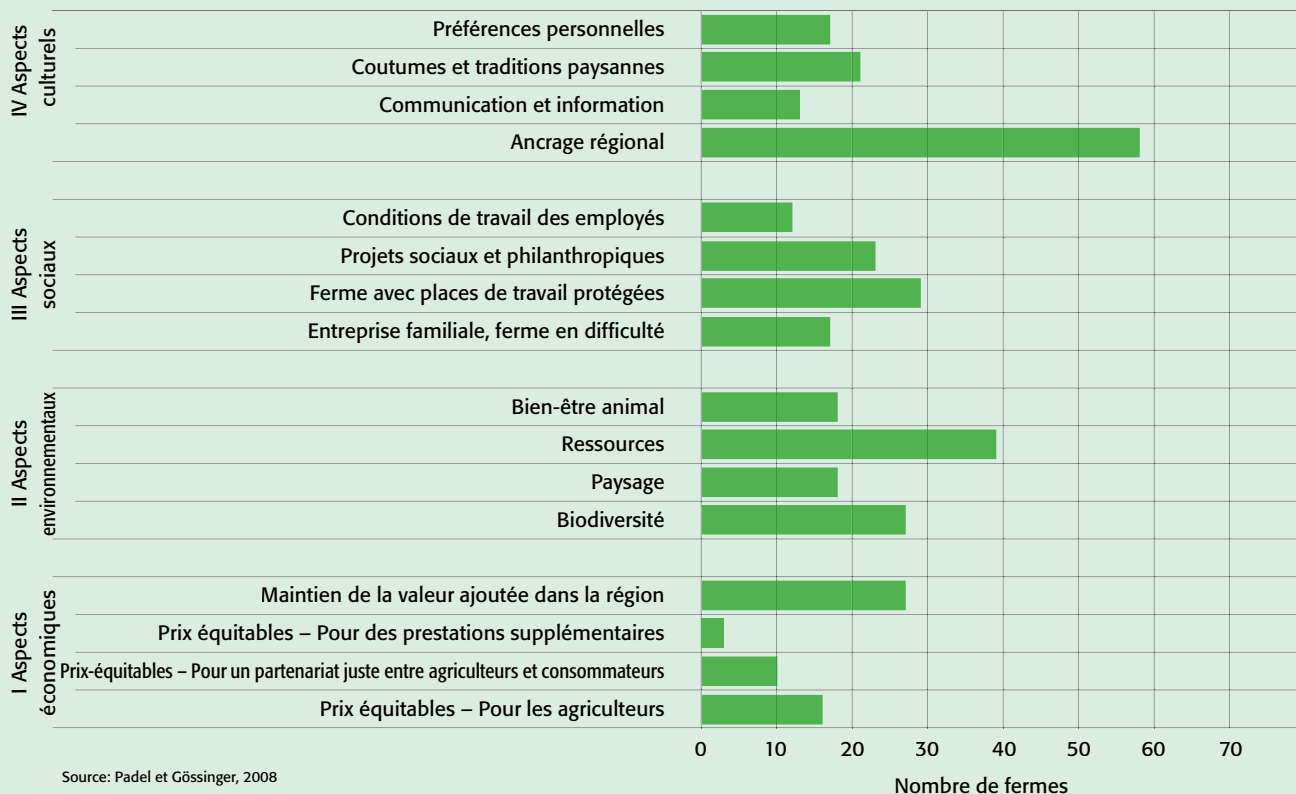
Ces dernières années, de plus en plus d'entreprises – de Switcher à Mammüt en passant par Starbucks ou Nestlé – ont

commencé à ancrer des valeurs éthiques dans leurs stratégies et à communiquer les activités correspondantes. Tandis que les activités de nombreuses entreprises agricoles biologiques reflètent un large spectre de valeurs éthiques, seules quelques-unes d'entre elles communiquent activement ces valeurs aux consommateurs.

C'est dans ce contexte que le FiBL étudie avec des chercheurs allemands, italiens, autrichiens et anglais comment l'engagement éthique des fermes bio peut se traduire en arguments de communication pour améliorer leur position commerciale. L'étude porte pour ce faire sur l'analyse d'exemples – comme la ferme Ueli-Hof, la fromagerie d'Andeer ou le Murimoos – qui utilisent déjà avec succès leur enga-

## Ce que les fermes bio mettent en avant dans leur publicité

Catégories de prestations éthiques supplémentaires qui se retrouvent dans la communication des entreprises étudiées





gement éthique dans les relations publiques et la publicité. Les arguments utilisés sont rassemblés, développés et enfin testés avec des consommateurs.

## Ce que les fermes bio soulignent

L'examen de 101 fermes bio (dont 14 en Suisse) a montré que leurs arguments de communication se rapportent à des aspects environnementaux (p. ex. biodiversité, bien-être animal), économiques (p. ex. prix équitables pour le travail des paysans) et culturels (p. ex. production régionale). Le thème de la régionalité, c.-à-d. la promotion du développement régional, le maintien du paysage cultivé et des structures sociales et économiques locales ou la suppression des longues distances de transport («food miles»), semble être d'une grande importance pour les fermes bio de tous les pays partenaires de l'étude.

## Ce que les consommateurs trouvent important

Dans un deuxième temps, les arguments rassemblés ont été testés avec 240 consommatrices et consommateurs dans chaque pays partenaire. Lors d'une enquête assistée par ordinateur, les consommateurs ont dû estimer la valeur de différentes caractéristiques des produits. Les sondés devaient aussi s'informer sur un produit jusqu'à ce qu'ils puissent décider s'ils voulaient l'acheter ou pas. Cette démarche a permis d'analyser les processus décisionnels et d'identifier les arguments éthiques les plus prometteurs.

Il s'est révélé que les consommateurs de tous les pays font en premier lieu attention aux questions du bien-être animal, de la production locale et des prix équitables pour les producteurs. La plupart des sondés se sont informés sur au moins un de ces trois thèmes avant même de regarder le prix du produit.

En général, les arguments de vente des fermes bio ne correspondent pas aux valeurs qui sont particulièrement importantes pour les consommateurs. C'est ainsi que de nombreuses fermes bio utilisent l'argument de l'encadrement d'employés handicapés comme argument publicitaire alors que seul un petit nombre de consommateurs sont spécialement attentifs à cet aspect. Évidemment, l'exemple de fermes comme le Murimoos montre que cet argument peut tout de même porter si on s'adresse adroitement aux bons groupes-cibles.

Pour la troisième phase, des agences de publicité se sont basées sur ces résultats

## Les valeurs importantes pour les consommateurs

### Quels aspects intéressent les consommateurs en tout premier?

	Tous les pays*	Suisse
Bien-être animal	21,4 %	27,6 %
Production régionale	21,2 %	25,1 %
Prix équitables	13,8 %	13,4 %
Prix des produits	13,3 %	6,7 %
Fermes avec places de travail protégées	8,2 %	4,6 %
Aspects sociaux	7,8 %	5,9 %
Biodiversité	7,3 %	9,2 %
Aspects culturels	7,0 %	7,5 %

### Sur quels aspects les consommateurs s'informent-ils avant de décider un achat?

	Tous les pays*	Suisse
Bien-être animal	86,2 %	91,6 %
Production régionale	83,6 %	91,6 %
Prix des produits	81,0 %	89,1 %
Prix équitables	79,7 %	79,5 %
Biodiversité	72,8 %	82,4 %
Aspects sociaux	71,6 %	79,9 %
Fermes avec places de travail protégées	69,6 %	75,3 %
Aspects culturels	68,5 %	77,4 %

\* Allemagne, Italie, Autriche, Angleterre, Suisse

Source: Zander et Hamm, 2009

pour développer des stratégies de communication incluant les trois arguments les mieux notés. Les labels et brochures qui en résultent seront étoffés cette année à l'aide de différentes méthodes scientifiques avant d'être de nouveau testées avec des consommateurs. En partant de discussions en groupes, des expériences de simulation de vente, placées dans un cadre expérimental proche de la réalité, ont été effectuées en recourant à la présentation de vrais produits pour analyser les comportements d'achat.

## Le déficit éthique de l'Ordonnance bio est une chance

Les ordonnances bio de la Suisse et de l'UE ne légifèrent donc pas sur de nombreux points qui sont importants pour les producteurs et les consommateurs. Beaucoup considèrent ce «déficit éthique» des normes légales minimales qui définissent l'agriculture biologique comme un danger pour son l'intégrité, mais on peut aussi le considérer comme une chance qui ouvre aux fermes bio de nouvelles possibilités de se démarquer:

Puisque les fermes bio en font plus que ce que la loi leur impose et qu'elles en parlent dans leur publicité, cela leur permet de se démarquer positivement de la concurrence. Les prestations éthiques supplémentaires recèlent le potentiel d'améliorer l'image des fermes ou des coo-

pératives bio et de renforcer les relations avec d'autres paysans, transformateurs et consommateurs. La communication des valeurs éthiques sous-jacentes de la filière de valeur ajoutée contribue à en améliorer la transparence, à faciliter l'accès aux informations et à renforcer la conscience de la qualité et de la provenance des produits.

Flurina Schneider, FiBL

## Pour en savoir plus

La recherche sur la communication des valeurs éthiques de l'agriculture biologique prend place dans le cadre du projet de l'UE «CORE Organic: Farmer Consumer Partnerships»\* cofinancé par l'OFAG. Y participent en plus du FiBL cinq universités et instituts de recherche d'Allemagne, d'Italie, d'Autriche et d'Angleterre. On trouvera de plus amples informations sur <http://fcp.core-portal.org/>. Les deux premiers rapports de recherche peuvent être téléchargés depuis <http://orgprints.org/15199> et <http://orgprints.org/12821>.

\* CORE est l'acronyme de *Coordination of European transnational research in organic food and farming*.

# Une idée commerciale ébarnouflante

Ça ressemble à une boille à dos, vous savez comme celles pour traiter les petits fruits ou les choux... mais ça n'en est pas une. Alors, qu'est-ce que c'est? Un distributeur portatif à boissons froides ou chau-



des qui sera prochainement sur la liste du matériel promotionnel de Bio Suisse.

Un premier test effectué l'été passé lors la Coupe d'Europe de football a montré que les gens accueillent favorablement ce nouveau type de service-boissons. Le Biomilchpool avait tenté le coup avec du café au lait et du lait au concentré de poire. Les indics chargés de veiller aux intérêts des sponsors officiels étaient un peu moins enchantés que le public...

Et un deuxième test organisé à la Rheinau pendant «1001 Gemüse & Co.» a lui aussi remporté un franc succès auprès des visiteurs. Le temps était malheureusement un peu froid et il n'y avait que des boissons froides, sinon ça aurait encore mieux marché. mb

## ■ Données techniques

- Distributeur de boissons chaudes ou froides sans gaz carbonique: Café, boissons lactées, jus de pommes etc.
- Contenu net: 2 x 5 litres.
- Poids à plein: env. 16 kg.

- Le pelage de vache est amovible: on peut le remplacer par d'autres motifs ou par de la publicité sous feuille plastique.

## ■ Conditions

- 4 distributeurs sont prêts, 2 à Berne et 2 à Zurich.
- Peuvent être loués, enlèvement par le locataire.
- Location: 1 jour 100.- Fr. y. c. explications et nettoyage final, jours suivants 50.- Fr.
- La location est abandonnée en cas de commande d'au moins 50 litres de boissons lactées au Biomilchpool.
- Gobelets non compris mais disponibles auprès du Biomilchpool.

## ■ Contact

Biomilchpool GmbH  
Peter Rutz  
9123 Nassen  
Tél. 071 393 49 40  
Courriel info@biomilchpool.ch

## Talon de commande

### bioactualités

Le magazine du mouvement bio (agriculture, transformation, commerce). Paraît chaque mois avec deux numéros doubles (juillet et décembre). 24 à 32 pages pour des informations concises sur l'essentiel de la pratique.  
Éditeurs: FiBL et Bio Suisse



ÖKOLOGIE & LANDBAU



Pour tous les spécialistes en agriculture, les conseillers agricoles, les producteurs bio, les jardiniers, les consommateurs...

Paraît 4 fois par an. Seulement en allemand. Informations complètes sur la recherche, la pratique et le marché de l'agriculture biologique. Inclut des pages rédigées par le FiBL.

# abo

Je m'abonne à «bio actualités»: les 10 numéros annuels me coûteront 49.- Fr. (étranger: 56.- Fr.).

Je m'abonne à «Ökologie & Landbau»: 4 numéros par an pour 42.- Fr.

Je suis encore en formation/sans revenu: je joins la copie d'une attestation valable et je m'abonne à «Ökologie & Landbau» au tarif réduit de 30.- Fr.

«Ökologie & Landbau» pour entreprises/organisations: 62.50 Fr.

Nom

Prénom

Adresse

NPA/Localité

Date

Signature

Envoyer à l'Institut de recherche de l'agriculture biologique, Ackerstrasse, Postfach, CH-5070 Frick, info.suisse@fibl.org

# Pains, viandes et poissons font éclore le Bourgeon des saveurs

Cette année, la distinction de la qualité des produits Bourgeon concerne les pains et les pains spéciaux, les charcuteries crues, sèches, cuites, à cuire et à griller, les viandes séchées de toute sorte ainsi que les poissons fumés, salés et en conserve. Les inscriptions peuvent être déposées jusqu'au 23 mars, et les résultats seront proclamés en juin pendant le BioMarché de Zofingue.

Il existe une profusion de produits excellents qui font éclore le Bourgeon des saveurs: c'est déjà la quatrième fois que Bio Suisse organise une distinction de qualité pour les meilleurs produits Bourgeon. Ce concours débouche sur la présentation des produits primés et de leurs fabricants en juin au BioMarché de Zofingue. Le concours accueille aussi avec plaisir les produits doublement labellisés Bourgeon et Demeter.

Cette année, le jury dégustera et jugera toutes les sortes de pains et de pains spéciaux comme les pains au lait ou aux fruits, ainsi que les charcuteries crues, sèches, cuites, à cuire et à griller, les viandes séchées de toute sorte, les poissons fumés, salés et en conserve. Les produits envoyés seront jugés selon les critères suivants:

apparence, odeur, goût et impression générale, puis ils seront classés dans les catégories «primés» et «non primés». Les produits primés et leurs fabricants seront présentés et honorés lors du BioMarché de Zofingue, qui offrira pour la première fois la possibilité de vendre les produits sur place. Les produits exceptionnels recevront une distinction spéciale.

Les fabricants des produits non primés recevront un rapport professionnel sur l'appréciation de leurs produits.

Bio Suisse et Demeter se réjouissent de recevoir une riche palette de délicieuses spécialités bio à soumettre au jury. Les documents de participation peuvent aussi être téléchargés sur Internet depuis [www.bio-suisse.ch](http://www.bio-suisse.ch) et [www.bioactualites.ch](http://www.bioactualites.ch).

sw/jf



Photo: Thomas Stephan, BLE, Bonn

On en parlera cette année: Truites bio au fumoir.

## Conditions d'admission au concours des distinctions de qualité

**Participants:** Preneurs de licences et producteurs qui ont le label Bourgeon ou les deux labels Bourgeon et Demeter.

**Documents à envoyer:** Recette et description de la fabrication de chaque produit inscrit. Attention, les dossiers incomplets ne pourront pas être traités!

**Groupes de produits pour 2009:** *Pains:* blancs, mi-blancs, noirs, complets, spéciaux (pains de seigle, d'épeautre, Graham, aux cinq céréales, au lait, à toast, aux fruits, etc.). *Produits carnés:* les charcuteries crues, sèches, cuites, à cuire et à griller, les viandes séchées de toute sorte. *Poissons:* poissons fumés, salés et en conserve.

**Conditions pour les produits Bourgeon:**

- conformes au Cahier des charges et aux règlements de Bio Suisse;
- régulièrement à l'assortiment annuel ou saisonnier;
- fabrication régulière dans la qualité définie correspondant à la recette fournie.

**Coûts pour les participants:** Premier produit Fr. 70.–, chaque produit supplémentaire Fr. 50.–.

**Échéancier:** Clôture des inscriptions: 23 mars 2009. Proclamation des résultats et remise des distinctions lors du BioMarché de Zofingue au stand commun de Bio Suisse et de Demeter: 19–21 juin 2009.

**Pour tout renseignement:** Sabine Würth, Responsable de l'octroi du label à la transformation et au commerce, Bio Suisse, tél. 061 385 96 15, courriel [sabine.wuerth@bio-suisse.ch](mailto:sabine.wuerth@bio-suisse.ch).

## Talon d'inscription pour le concours des distinctions de qualité des produits Bourgeon

Nom/Société

Adresse

Tél./Fax/Courriel

Personne responsable pour les produits Bourgeon

Organisme de certification et numéro

Preneur de licence Bourgeon

Transformateur fermier Bourgeon

**Inscription des produits suivants:**

Noms des produits (prière d'indiquer chaque fois: désignation avec le Bourgeon ou avec le Bourgeon+Demeter) Dénomination selon l'ODAI

La recette complète et la description détaillée de la fabrication doivent être fournies séparément pour chaque produit. Les dossiers incomplets ne pourront pas être traités.

Les frais d'inscription se montent à Fr. 70.– pour le premier produit plus Fr. 50.– pour chaque produit supplémentaire. Les dossiers complets doivent parvenir au plus tard le 23 mars 2009 à Bio Suisse, Sabine Würth, Margarethenstrasse 87, 4053 Bâle.



# Daniela Solorzano, Magasin diététique «Prosana», 1700 Fribourg

Daniela Solorzano a 40 ans. Originaire du Tessin, elle travaille à temps partiel au magasin diététique Prosana de Fribourg. Elle s'occupe de la vente, mais également de la préparation des tisanes à base de plantes biologiques prescrites par Fredy Bushi, nutritionniste et propriétaire du magasin. La boutique Prosana propose de l'alimentation de base, mais est plus orientée vers la santé et le bien être.

## 1 Pourquoi vendez-vous des produits alimentaires et pas des livres ou des autos?

J'ai toujours eu envie de travailler à Prosana. J'ai fait plusieurs candidatures spontanées, mais il n'y avait pas de place. Lorsqu'une place s'est libérée, j'ai postulé à nouveau et j'ai été prise. Avant de travailler ici, j'ai été vendeuse dans plusieurs magasins, mais je n'étais pas vraiment à l'aise. Ici, je me sens à ma place. Je suis dans un univers qui me plaît. Je me soigne à l'homéopathie, et j'ai toujours aimé les plantes.

## 2 Votre magasin vend-t-il uniquement des produits biologiques certifiés?

Non. Il y a beaucoup de produits bios, mais tout n'est pas bio. En proportion, il y a environ 90 % de produits biologiques.

## 3 Les clients sont-ils particulièrement critiques?

Non, la plupart du temps ils sont contents. En général ils savent ce qu'ils veulent. Il

arrive que certains clients posent des questions à propos d'un produit dont ils ont entendu parler. Par exemple, plusieurs personnes sont venues chercher des produits sans huile de palme, parce qu'une émission de télévision a révélé qu'elle ne serait pas bonne pour la santé.

## 4 Devez-vous faire beaucoup de conseil?

Oui, la plupart de nos clients posent beaucoup de questions. Je leur donne des conseils sur ce qui est bon pour tel ou tel état de santé. Certaines clientes âgées recherchent des compléments alimentaires naturels, des produits qui apportent des vitamines ou du fer. Des mères de famille viennent aussi parce que leurs enfants ont des allergies au lait ou au gluten. Elles savent qu'on peut trouver ici des produits adaptés aux personnes allergiques, comme des produits sans gluten ou différents types de laits végétaux (lait de soja, de riz, etc.). J'aime beaucoup mon métier parce que les gens qui fréquentent le magasin sont ouverts d'esprit. On peut discuter facilement de sujets très divers comme l'alimentation bien sûr, mais aussi le développement durable ou la religion.

## 5 Les clients qui veulent éviter les suremballages et les transports à longue distance sont-ils nombreux?

Non, pas vraiment, car nous n'avons ni fruits ni légumes, mis à part les paniers bio qui nous sont livrés une fois par mois. Les clients veulent éviter les sacs en plastique très polluants. Ils viennent avec leurs propres sacs en tissu pour transporter leurs achats. Nous donnons des sacs en papier ou des sacs biodégradables à base de maïs.

## 6 Les gens achètent-ils bio parce qu'ils veulent se nourrir sainement ou parce qu'ils veulent ménager l'environnement?

Les deux à mon avis. Mais peut-être avant tout pour se nourrir sainement.

## 7 Divisez-vous votre clientèle en groupes de styles de vie ou en types de clients?

La plupart de nos clients sont des LOHAS ou des LOVOS. Les DINKS et les hédonistes sont moins nombreux\*. Nous avons surtout une clientèle familiale, des mères de familles, mais aussi des personnes âgées ou des gens plus aisés. On a également des personnes qui s'intéressent à l'ésotérisme.

## 8 Comment peut-on attirer les clients de passage et les nouveaux consommateurs bios?

On ne fait pas vraiment de publicité. Nous fonctionnons beaucoup par le «bouche à oreille», et nous avons également la clientèle du docteur Bushi. De temps en temps, nous faisons des dégustations de produits comme le jus de bouleau de Weleda par exemple.

## 9 Et comment transforme-t-on un client occasionnel en client fidèle?

En étant aimable avec les gens. En général, les gens qui viennent au magasin savent plus ou moins ce qu'ils vont acheter. Ils reviennent quand ils ont eu une bonne impression ou un bon contact, quand on a pu répondre à leurs questions ou leurs donner un conseil.

Interview: Blandine Levite



Photo: Blandine Levite

«Un monde qui me plaît»: Daniela Solorzano dans le magasin diététique «Prosana».

\* LOHAS est une nouvelle notion de marketing. Il s'agit de l'abréviation de «Lifestyle of Health and Sustainability», qui désigne un style de vie et un type de consommateurs axés sur la santé et la durabilité. LOVOS est l'acronyme de «Lifestyles of Voluntary Simplicity», qu'on peut traduire par Modes de vie pour une simplicité volontaire.

DINKS = Acronyme de l'anglais «Double Income No Kids»: Double revenu pas d'enfants. Ce sont des couples dans la trentaine et en général assez aisés. Consommateurs hédonistes: Individualisme et réalisation de soi sont au premier plan avec un penchant marqué pour le luxe, les grandes marques et l'autostylisation. En majorité des hommes célibataires.

# Bilans de fumure: Obligation et dérogations

Le règlement «Fertilisation» a été adapté à la nouvelle Ordonnance sur les paiements directs pour le 1<sup>er</sup> janvier 2009. Quelques fermes sont donc libérées avec effet immédiat de l'obligation d'établir un bilan de fumure. L'extrait suivant du nouveau règlement présente les modifications en un coup d'œil:

«Conformément à l'art. 12 al. 3 de l'OBio, il faut prouver les besoins en fumure au moyen d'un bilan de fumure équilibré. On vérifiera l'équilibre du phosphore et de l'azote selon la méthode la plus récente du «Suisse-Bilanz» des centrales de vulgarisation Agridea Lindau et Agridea Lausanne (ou selon des méthodes de calcul équivalentes).

Pour autant que la charge en bétail par hectare de surface fertilisable (SFE) n'excède pas les valeurs suivantes, les exploi-

tations qui n'utilisent aucun engrais azoté ou phosphaté n'ont normalement pas besoin de faire un Suisse-Bilanz:»

Zone de plaine et zone intermédiaire	2.0 UGBF/ha de surface fertilisable
Zone des collines	1.6 UGBF/ha de surface fertilisable
Zone de montagne 1	1.4 UGBF/ha de surface fertilisable
Zone de montagne 2	1.1 UGBF/ha de surface fertilisable
Zone de montagne 3	0.9 UGBF/ha de surface fertilisable
Zone de montagne 4	0.8 UGBF/ha de surface fertilisable

Les fermes qui ont des porcs ou de la volaille (et plus seulement des ruminants) et/ou qui ont moins de 30 % de prairies extensives sont maintenant aussi libérées de l'obligation d'établir un bilan de fumure si leur charge en bétail ne dépasse pas les valeurs mentionnées dans le tableau ci-dessus.

Les truies allaitantes doivent maintenant pouvoir accéder à un parcours dès le 10<sup>ème</sup> jour après la mise-bas. Si les bâtiments ne le permettent pas, il n'y aura en 2009 aucune sanction – mais bien sûr pas non plus de contributions SRPA.

## Les parcours pour les truies allaitantes

Les règles SRPA (Ordonnance sur les éthoprogrammes) ont changé au 1<sup>er</sup> janvier 2009. Les truies allaitantes doivent maintenant pouvoir accéder à un parcours dès le 10<sup>ème</sup> jour après la mise-bas. Or le Cahier des charges de Bio Suisse ne l'exige que depuis le 24<sup>ème</sup> jour. Les éleveurs de truies devraient donc transformer leurs bâtiments, ce qui engendrerait des coûts exagérés.

Le règlement des sanctions a donc été modifié avec l'accord de l'OFAG de manière à ce que les infractions dans ce domaine ne soient pas sanctionnées en 2009. Il est cependant logique qu'il soit impossible de recevoir les contributions SRPA pour les bêtes concernées. L'obligation de pouvoir accéder à un parcours dès le 24<sup>ème</sup> jour pour les truies allaitantes et leurs porcelets demeure. Bio Suisse cherche avec d'autres organisations une solution praticable qui pourra être proposée à l'OFAG.

Christoph Fankhauser, Bio Suisse

### IMPRESSUM

**bioactualités**



#### 18<sup>ème</sup> année

Parution 10 fois par an (vers le 15 du mois, sauf en janvier et en août)

**Tirage** 762 exemplaires français, 7625 exemplaires allemands (certifié WEMF)

Abonnements annuels résiliables pour fin décembre

**Distribution** Aux exploitations agricoles et aux entreprises sous licence BIO SUISSE

abonnements Fr. 49.–, étranger Fr. 56.–

**Éditeurs** FiBL Institut de recherche de l'agriculture biologique, Ackerstrasse, Postfach, 5070 Frick, Tél. +41 (0)62 865 72 72, Fax +41 (0)62 865 72 73, www.fibl.org  
BIO SUISSE (Association Suisse des organisations d'agriculture biologique) Margarethenstrasse 87, 4053 Bâle, Tél. +41 (0)61 385 96 10,

Fax +41 (0)61 385 96 11, www.bio-suisse.ch

**Rédaction** Alfred Schädeli, Markus Bär, Thomas Alföldi (FiBL); Jacqueline Forster, Christian Voegeli (Bio Suisse); Manuel Perret (Suisse romande); bioactualites@fibl.org

**Traduction** Manuel Perret, 1412 Ursins

**Maquette** Claudia Kirchgraber

**Impression** Brogle Druck AG, Postfach, 5073 Gipf-Oberfrick

**Publicité** Erika Bayer, FiBL, Postfach, 5070 Frick, Tél. +41 (0)62 865 72 00, Fax +41 (0)62 865 72 73,

courriel erika.bayer@fibl.org

Photo: Dominic Menzler, BLE, Bonn



**FOIRES, EXPOSITIONS**

**AgroBIOrama 2009**

**Foire conjointe au salon Mednat Dates**

Du jeudi 26 au dimanche 29 mars

**Horaires**

Jeudi: 10.00–21.00

Vendredi, samedi et dimanche: 10.00–19.00

**Lieu**

Beaulieu Lausanne, centre de congrès et d'exposition

**Programme**

AgroBIOrama est depuis des années le grand rendez-vous printanier de l'agriculture biologique suisse en général et romande en



particulier. Producteurs, associations, commerçants, restaurateurs et distributeurs vont à la rencontre du public et des consommateurs pour présenter et vendre leurs produits et leurs prestations.

De nombreux stands d'information, de dégustation et de vente de produits bio à emporter ou à consommer sur place entourent l'espace convivial du restaurant bio organisé par les producteurs biologiques.

**Dégustations de vins bio organisées par le FiBL**

Le FiBL présente chaque jour de 16.30 à 18.30 une sélection de vins biologiques suisses de haute qualité, dont certains ont été primés dans différents concours. La dégustation est commentée par des spécialistes qui donnent aussi des informations sur l'évolution de la viticulture biologique et des méthodes de vinification et d'élevage des vins bio.

**Percy Schmeiser parle au FiBL**

**Date**

Lundi 23 février, 15.00

**Lieu**

FiBL, 5070 Frick (Aula)

**Programme**

Conférence de Percy Schmeiser, prix Nobel alternatif, puis discussion.

**Langue:** Anglais.

Dans le cadre du droit sur les brevets, l'agriculteur Percy Schmeiser lutte avec sa femme Louise depuis 1998 contre Monsanto et les manipulations génétiques agricoles. Le couple Schmeiser a reçu le prix Nobel alternatif en 2007.

**POULES PONDEUSES**

**Élevage de poules pondeuses en conditions bio**

**Date et heure**

Jeudi 12 mars, 09.15–16.00

**Lieu**

Agrilogie Grange-Verney (= École cantonale d'agriculture), 1510 Moudon

**Programme**

Cette journée permettra d'approfondir avec des spécialistes des questions techniques importantes comme la gestion du pâturage, la prévention et lutte contre les parasites ou encore les races de poules adaptées à la production biologique. Elle permettra également de réfléchir aux problèmes pouvant se poser à l'avenir (p. ex. comment diminuer la dépendance face aux fourrages importés).

L'élevage de poules bio de Werner Streit, Moudon, sera visité, ce qui permettra d'aborder des questions très concrètes.

Programme détaillé téléchargeable depuis l'agenda sur [www.bioactualites.ch](http://www.bioactualites.ch).

**Intervenants**

Esther Zeltner, FiBL

Heidi Schäublin, Aviforum

**Coûts**

- Tarif de base: Fr. 150.–.
- Conseillers agricoles: Fr. 120.–.
- Producteurs et étudiants: Fr. 80.–.

Documentation de cours comprise, repas de midi et pose café en plus.

**Inscriptions**

Par courriel: [elisa.lucia@fibl.org](mailto:elisa.lucia@fibl.org)

Par internet: [www.fibl-shop.org/shop/veranstaltung/index-fr.php](http://www.fibl-shop.org/shop/veranstaltung/index-fr.php)

Par téléphone: 062 865 72 74 (Elisa Lucia)

**Animation et renseignements**

Maurice Clerc, FiBL, tél. 076 444 25 28 ou 021 619 44 75, courriel [maurice.clerc@fibl.org](mailto:maurice.clerc@fibl.org)

**DIRECTIVES, NORMES**

**Pesticide residues on organic produce – sampling, assessment and interpretation**

**Dates**

Du mardi 21 au jeudi 23 avril

**Lieu**

FiBL, Frick

**Contenu**

Comprehensive overview of sources of contamination, suitable procedures for evaluation of residues cases and interpretation of analysis reports, for staff of inspection bodies and stakeholders.

**Coûts**

- 800 € (documentation, coffee breaks and lunch, excl. costs for accommodation)
- single one-day modules at a rate of 350 Euro/day

**Intervenante**

Gabriela Wyss

**Renseignements et inscriptions**

Secrétariat des cours, [elisa.lucia@fibl.org](mailto:elisa.lucia@fibl.org), tél. 062 865 72 74

**ARBORICULTURE**

**Arboriculture Biologique – Une opportunité pour une production durable**

**Cours d'introduction**

**Date**

Jeudi, 14 mai, 09.00–17.00

**Lieu**

École d'ingénieurs de Changins, 1260 Nyon

**Programme**

Cette journée présente l'arboriculture biologique, ses aspects agronomiques, économiques et environnementaux, pour mieux cerner sa place dans une approche d'une production durable. Programme détaillé téléchargeable sur [www.bioactualites.ch](http://www.bioactualites.ch).

**Coûts**

- Tarif promotionnel: 120.– par personne au lieu de 150.–

- Producteur et étudiant: 80.– avec documentation du cours.
- Repas de midi et pose café non compris

**Inscriptions**

Par internet:

[www.inscription.fibl.org](http://www.inscription.fibl.org)

Par téléphone: 062 865 72 74

(Elisa Lucia)

**Organisation générale**

Jean-Luc Tschabold, FiBL,

tél. 079 352 62 93,

courriel [jean-luc.tschabold@fibl.org](mailto:jean-luc.tschabold@fibl.org)

**ACTIVITÉS DE LA VULG BIO VAUDOISE CET HIER**

**Introduction à la biodynamie**

**Date et horaire**

Jeudi 5 mars, 09.00–12.00

**Lieu**

Bois-Genoud, Crissier VD

**Thème**

Biodynamie: L'avenir pour une production durable?

**Activités**

Introduction et sensibilisation à la biodynamie

**Renseignements et inscriptions**

FormaPro, Christian Bovigny,

tél. 021 614 24 35,

courriel [c.bovigny@prometerre.ch](mailto:c.bovigny@prometerre.ch)

**OBSTBAU, BEEREN**

**Biosteinobsttagung**

**Wann**

Freitag, 13. März

**Wo**

4450 Sissach

**Veranstalter**

FiBL, 5070 Frick

**Inhalt**

Biokirschen anbauen? Ja, aber wie? Die Biosteinobsttagung liefert Entscheidungshilfen für einen möglichen Einstieg in den Biosteinobstbau.

**Kosten**

Fr. 60.–

**Kursleitung**

Andi Häseli, FiBL

**Dans le cadre de Mednat Expo 2009**  
Leader suisse des salons des médecines naturelles, du bien-être et de la santé.

**Jeudi 26 au dimanche 29 mars 2009**  
Beaulieu Lausanne

# AGROBIORAMA EXPO





Suisse. Naturellement.





Photo: Andi Häseli

**Kursleitung**

Andreas Stamer, FiBL  
**Auskunft, Anmeldung**  
 FiBL Kurssekretariat, Ackerstrasse,  
 Postfach, 5070 Frick, Tel. 062 865  
 72 74, Fax 062 865 72 73,  
 E-Mail kurse@fibl.org,  
 www.anmeldeservice.fibl.org

**ACKERBAU**

**Biokartoffeltagung**

**Wann**  
 Dienstag, 17. März  
**Wo**  
 FiBL, 5070 Frick  
**Inhalt**  
 Wege zur Qualitätsproduktion von  
 Biokartoffeln: Die Tagung vermit-  
 telt Neues aus der Forschung zur  
 Bekämpfung von Schorf, Draht-  
 würmern, Rhizoctonia und Co  
 sowie Praxisberichte über die Kul-  
 turführung und Nährstoffversor-  
 gung.

**Auskunft, Anmeldung**

FiBL Kurssekretariat, Ackerstrasse,  
 Postfach, 5070 Frick, Tel. 062 865  
 72 74, Fax 062 865 72 73,  
 E-Mail kurse@fibl.org,  
 www.anmeldeservice.fibl.org

**Auskunft, Anmeldung**

FiBL Kurssekretariat, Ackerstrasse,  
 Postfach, 5070 Frick, Tel. 062 865  
 72 74, Fax 062 865 72 73,  
 E-Mail kurse@fibl.org,  
 www.anmeldeservice.fibl.org

**REBBAU**

**Biorebbau-Einführungskurs**

**Wann**  
 Freitag, 27. Februar  
 Freitag, 6. März  
 Freitag, 4. September, Exkursion  
**Wo**  
 FiBL, 5070 Frick  
**Inhalt**  
 Sie lernen die Grundlagen zu Richt-  
 linienanforderungen, Laubarbeiten,  
 Pflanzenschutz, Sortenwahl, Boden-  
 pflege und Pflanzenernährung  
 sowie Nährstoffversorgung. Auch  
 die Betriebswirtschaft wird bes-  
 prochen.

**Kosten**  
 Fr. 200.–  
**Kursleitung**  
 Andi Häseli, FiBL

**Auskunft, Anmeldung**  
 FiBL Kurssekretariat, Ackerstrasse,  
 Postfach, 5070 Frick, Tel. 062 865  
 72 74, Fax 062 865 72 73,  
 E-Mail kurse@fibl.org,  
 www.anmeldeservice.fibl.org

**Biorebbau-Praxiskurs**

**Wann**  
 Freitage, 20. März, 22. Mai, 26. Juni,  
 21. August, 25. September, jeweils  
 nachmittags  
**Wo**  
 FiBL, 5070 Frick  
**Inhalt**  
 Dieser fünf-tägige Kurs bietet einen  
 breiten Überblick zu allen Etappen  
 des Rebbaus: Erläuterungen und  
 Übungen zu Bodenpflege, Begrü-  
 nung, Reben setzen, Rebschnitt,  
 Laubarbeit, Trauben teilen, Ertrag  
 regulieren, Ernte, erste Verarbei-  
 tungsschritte.  
**Kosten**  
 Fr. 200.–  
**Kursleitung**  
 Andi Häseli, FiBL

**TIERHALTUNG**

**Ferkelkastration im Biolandbau**

**Wann, wo**  
 Dienstag, 24. März  
 LZSG, 9230 Flawil  
 Dienstag, 31. März  
 LBBZ, 6276 Hohenrain  
**Veranstalter**  
 FiBL, 5070 Frick  
**Inhalt**  
 Bewertung der Kastrationsverfahren  
 anhand ihrer Vor- und Nachteile.  
 Kostenschätzung zur Inhalations-  
 narkose für verschiedene Betriebs-  
 grössen. Diskussion: die Ebermast  
 und ihre Aussichten.

**Kosten**  
 Keine  
**Kursleitung**  
 Steffen Werne, FiBL  
**Auskunft, Anmeldung**  
 FiBL Kurssekretariat, Ackerstrasse,  
 Postfach, 5070 Frick, Tel. 062 865  
 72 74, Fax 062 865 72 73,  
 E-Mail kurse@fibl.org,  
 www.anmeldeservice.fibl.org

**Ökologische Fischzucht**

**Wann**  
 Mittwoch, 22. April  
**Wo**  
 FiBL, 5070 Frick  
**Inhalt**  
 Die Nachfrage steigt – aber kann  
 man in der Schweiz Biofisch  
 züchten? Grundsätzliches und  
 Wissenswertes zur ökologischen  
 Aquakultur aus Forschung, Praxis  
 und Zertifizierung.  
**Kosten**  
 Fr. 150.– plus ca. Fr. 20.– für Mit-  
 tagessen. Für Mitglieder der Biobe-  
 ratervereinigung sowie Beratungs-  
 kräfte SVBL-Mitgliedorganisationen  
 Fr. 120.–; für Bäuerinnen, Landwirte  
 und Studierende Fr. 80.–

©BLE, Bonn/Foto: Thomas Stephan



**Kosten**  
 Fr. 150.– plus ca. Fr. 20.– für Mittag-  
 essen. Für Mitglieder der Biobe-  
 ratervereinigung sowie Beratungskräfte  
 SVBL-Mitgliedorganisationen  
 Fr. 120.–; für Bäuerinnen, Landwirte  
 und Studierende Fr. 80.–  
**Kursleitung**  
 Hansueli Dierauer, FiBL  
**Auskunft, Anmeldung**  
 FiBL Kurssekretariat, Ackerstrasse,  
 Postfach, 5070 Frick, Tel. 062 865  
 72 74, Fax 062 865 72 73,  
 E-Mail kurse@fibl.org,  
 www.anmeldeservice.fibl.org

**Cherche**

Cherche à acheter **10 chèvres chamoisées BIO avec papiers**, pour juin 2009. 079 286 72 70

Entreprise de distribution de fruits et légumes bio EU + Bio Suisse recherche un **commercial bilingue français/allemand**. Bonnes notions d'anglais souhaitées. Localisation sud de la France région Nîmes. Expérience en fruits et légumes et produits alimentaires nécessaire. Faire offre par courriel à reuseagribio@wanadoo.fr ou par écrit à l'adresse suivante: SARL Reuse, Mas St.-Jean – Route de Beaucaire, 30127 Bellegarde (France)

Cherche **collaboratrice formée et motivée** d'avril à octobre 2009 pour 1 à 2 jours par semaine dans **ferme maraîchère biologique** de l'Oberland zurichois, tél. 044 935 43 29

Cherche **collaborateur-trice pour de suite dans ferme proche de la ville**. Vaches laitières, transformation laitière, chevaux en pension. Logement sur place possible. Reber Heidi, Tüfistr. 18, 8134 Adliswil, tél. 044 710 48 81

Cherche **maraîcher indépendant ou avec expérience bio** qui serait heureux de travailler aussi au marché, avec des vaches mères et dans les grandes cultures, tél. 062 927 16 78

Cherchons **quelqu'un-une qui nous aide à tenir notre ferme de mars à octobre**, car nous aurons notre premier enfant en mai. Nous avons une ferme Demeter de 13 ha avec de la place pour 14 vaches laitières, 2 chevaux, quelques verrats et une basse-cour. Serions heureux que les intéressé-e-s aient de l'expérience ou désirent en acquérir moyennant rétribution. Simone & Vincent Delley, Quellenhof, 4934 Madiswil, tél. 062 965 08 20, courriel vincentsimone@hotmail.com

Cherchons **troisième paire de bras pour ferme biodynamique avec viti-viniculture et plantes aromatiques**. Entreprise formatrice reconnue. Pas de logement sur place. Formation agricole ou maraîchère avec don pour la vente et le contact avec la clientèle et plaisir à introduire de jeunes adultes dans la vie professionnelle souhaitée. Temps partiel à 50–70 %. Tél. 052 746 11 84, www.engelwurz.ch

Cherche **génisses et vaches** à engraisser, tél. 062 299 04 36

**Offre**

À vendre **monoaxe + remorque Aebi AM 70**, moteur neuf, Fr. 2500.–, Manuel Perret, tél. 024 435 10 61, trad.perret@sunrise.ch

À vendre **vaches de la race Brune et veaux d'élevage**, tél. 079 769 99 19

À vendre **carottes et PDT Charlotte et Désirée**, Bourgeon, en harasses, tél. 062 927 16 78

**www.hofseiten.ch – Des sites internet conçus pour les entreprises agricoles**. Je vous aiderai volontiers à développer votre site pour qu'il corresponde à votre ferme et à vos attentes. Pour en savoir plus: www.hofseiten.ch, courriel info@hofseiten.ch, tél. 076 544 39 17

## Une étude le prouve: Recycler le PET est écologique

Une étude mandatée par l'Association PRS PET-Recycling Schweiz le prouve: collecter le PET signifie réduire la production de CO<sub>2</sub> et ménager les ressources non renouvelables. Un écobilan réalisé par Carbotech AG, dont le siège est à Bâle, montre que le recyclage du PET réduit de moitié l'ensemble des effets environnementaux par rapport à l'incinération du PET avec les ordures et à la nouvelle production que cela



implique, même en optimisant l'utilisation de l'énergie thermique résiduelle. Rien qu'en Suisse, 1,3 milliard de bouteilles en PET arrivent chaque année sur le marché,

ce qui représente avec le taux de recyclage actuel de 78 % 34 380 tonnes de PET recyclable. Le ramassage, la préparation et le recyclage des bouteilles en PET permettent d'économiser l'équivalent des émissions annuelles de CO<sub>2</sub> de près de 27 500 voitures (en gros 110 000 tonnes d'équivalent CO<sub>2</sub>, soit 0,2 % des émissions annuelles suisses de gaz à effet de serre). Du côté input, cela représente en gros 42 millions de litres de pétrole, une quantité qui permet



Photo: PET-Recycling Schweiz

de chauffer quelque 30 000 ménages pendant une année.

Un bon tiers du PET recyclé est utilisé pour fabriquer de nouvelles bouteilles en PET, et la plus grande partie se retrouve dans des vêtements pour des activités en plein air, des tentes, des sacs à dos ainsi que des rembourrages pour mobilier, des feuilles et des rubans d'emballage. Malgré le taux élevé de recyclage, les nouvelles bouteilles en PET sont encore constituées de jusqu'à 65 % de pétrole ou de gaz naturel non renouvelables. Il n'est par ailleurs pas encore établi si le PET est la variante la plus écologique par rapport au verre réutilisable ou aux emballages en carton (Tetrapak).

Pour en savoir plus: [www.petrecycling.ch](http://www.petrecycling.ch)

Kathrin Seidel, FiBL



Oui à la prolongation du moratoire sur les OGM! On cherche des agricultrices et des agriculteurs pour participer sur place à l'action organisée par «Semer l'Avenir!» et Greenpeace.

## Des agriculteurs manifestent pour des semis sans OGM

Le Parlement débattra cette année d'une éventuelle prolongation du moratoire sur les OGM, car l'interdiction de cultiver des plantes transgéniques n'est en vigueur que jusqu'à fin 2010. L'initiative «Semer l'Avenir!» et Greenpeace prévoient une action pour transmettre le message suivant: Les agriculteurs suisses continueront de cultiver des champs sans OGM!

### Date

Jeudi 5 mars, l'après-midi

Date de remplacement: Samedi 7 mars, l'après-midi

### Lieu

Région du plateau suisse, sera précisé vers la mi-février

### Programme

Semer ensemble un champ dans les environs de Berne – l'objectif est qu'une délégation paysanne de chaque canton participe à cette action (prière de passer le message, de mobiliser vos collègues!). Des agriculteurs européens et canadiens présenteront leurs expériences avec les cultures transgéniques près de chez eux. Avec des représentants de la politique et de la société civile.

### Inscription

Il y a plusieurs manières de s'inscrire:

- Téléphone 079 461 36 24, Combox ou SMS
- Courriel [gentechfrei@gmail.com](mailto:gentechfrei@gmail.com)
- Par courrier à: Greenpeace Schweiz, Genschutz-Kampagne, Postfach, 8031 Zürich

N'oubliez pas de préciser aussi, en plus de vos nom, adresse et numéro de téléphone, si les deux après-midi du 5 et du 7 mars vous conviennent ou si une seule de ces dates va pour vous.

## Les recettes préférées des paysannes Bourgeon

Le site [www.bio-suisse.ch](http://www.bio-suisse.ch) vient de s'enrichir d'une délicieuse nouveauté: trois familles présentent non seulement leur ferme, mais aussi leurs recettes préférées: cliquez sur «Ainsi vivent nos champions de la nature» et faites connaissance des familles Herwig, Schädel et Bott-Falett. Et testez leurs recettes. Bon appétit!

comm.

## Le sol part dans les rivières

La station de recherche Agroscope Reckenholz-Tänikon a mesuré les menaces qui pèsent sur nos sols et montré que les mesures protectrices actuelles ne suffisent pas.

La fine couche de sol vivant qui se trouve à la surface de l'écorce terrestre et qui assure la nourriture et l'eau potable du monde entier part littéralement dans nos rivières à cause de l'érosion pluviale. Selon les modèles mathématiques les plus récents, la Suisse perd ainsi chaque année jusqu'à 840 000 tonnes de terre fertile. Cela représente un terrain de football recouvert d'une couche de terre de cent mètres d'épaisseur, ou encore 2,1 tonne de terre par hectare de terres ouvertes.



Photo: ART

L'érosion pluviale fait perdre en Suisse chaque année plusieurs centaines de milliers de tonnes de bonne terre agricole.

comm.



## Les barbelés me mettent en rogne

À propos de l'article «Les barbelés doivent disparaître», *bio actualités* n° 10/2008

» Je ne suis pas agriculteur et je n'ai pas de relation avec l'agriculture, et pourtant votre article, que j'ai d'ailleurs lu un peu par hasard, m'a fait très plaisir. Je suis en effet champignonneur, et même un champignonneur passionné.

Je ne recherche pas en premier lieu à ramener le plus possible de champignons à la maison, mais aussi à me balader en dehors des sentiers battus et loin des cohortes de promeneurs, pour voir tout ce que la nature nous montre d'intéressant. Et cela me ramène à mon sujet. Vu que j'habite à St.-Gall, je suis souvent en route dans l'Appenzell, l'Alpstein et le Toggenbourg. Et dès qu'on s'éloigne des chemins, on bute sans cesse sur des barbelés.

Fixés et refixés, ils ne risquent pas de tomber... sans même parler des blessures qu'ils infligent aux bêtes sauvages, essayez d'imaginer combien d'éraflures ils m'ont déjà fait subir et à quel point ces maudits barbelés peuvent me mettre en rogne. J'en ai déjà parlé ou essayé d'en parler avec des paysans, mais rien à faire ni à espérer. Ce serait pourtant magnifique que ces barbelés disparaissent enfin.

Je constate par ailleurs sans cesse que les clôtures de barbelés sont installées jusque loin à l'intérieur des forêts. Or la loi interdit de faire pâturer les vaches dans les forêts. Avez-vous déjà vu à quel point les lisières des forêts sont massacrées de ce fait? Pourquoi ne fait-on pas appliquer cette loi?

Leo Boesinger, St.-Gall

## Encore une idée purement bureautique!

À propos de l'article «Les barbelés doivent disparaître», *bio actualités* n° 10/2008

» Rien à voir avec la pratique, tout simplement irréalisable: Dans l'économie alpestre, dans les zones de sous-bois, de buissons et de fourrés ainsi que dans les rochers, les clôtures électriques sont inutilisables. Encore une de ces prescriptions imaginées confortablement assis à un bureau ripoliné et bien chauffé.

J'aimerais attirer une fois de plus l'attention des protecteurs des animaux sur l'écornage des bovins. Respectueux de l'espèce? Compatible avec la protection des animaux? La plupart des bovins ont quand même des cornes.

Irma Imobersteg, Zweisimmen BE

## Remplacer les barbelés par des fils ondulés

À propos de l'article «Les barbelés doivent disparaître», *bio actualités* n° 10/2008

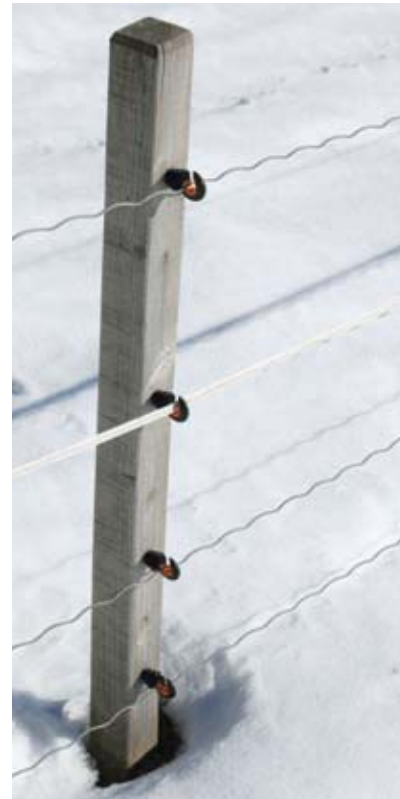
» C'est avec intérêt que nous avons lu l'article sur les barbelés publié dans le dernier *bio actualités*. Nous désirons compléter l'information sur les alternatives à ce type de clôtures.

Lorsque nous avons acheté notre ferme de Valengiron en 1995, tous les pâturages permanents étaient clôturés

avec du barbelé. Nous avons alors développé une autre solution: le fil de fer ondulé de 3,3 mm de diamètre, qui est un des composants pour les clôtures en grillage ondulé. L'avantage par rapport aux autres systèmes de clôtures réside dans l'énorme effet de ressort de cette sorte de fil de fer. Si un arbre tombe sur la clôture, le fil se dérobe sans endommager les piquets. Une fois l'arbre enlevé, le fil retrouve de lui-même sa position initiale. Et son élasticité permet aux animaux sauvages de se glisser entre les fils sans se blesser ni endommager la clôture.

Comme pour le système Gallagher, le fil est sous courant. Le fil est tendu à la main. Les bouts des fils se laissent facilement former à la main en boucles que

l'on suspend aux piquets d'angles. Sur les piquets intermédiaires, les fils sont libres de glisser dans les isolateurs. Les isolateurs doivent être munis d'un centre métallique pour résister à la forte sollicitation exercée par ce genre de fil. La simplicité des isolateurs permet de dépendre facilement les fils – par exemple quand on doit bûcheronner en lisière de forêt. Vu que nous avons aussi des chèvres et des moutons, le fil du bas est placé relativement bas, ce qui implique de faucher sous la clôture.



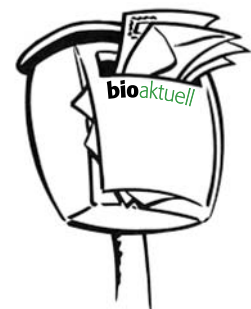
Nous répondrons volontiers aux questions par téléphone au 032 493 30 25. S'il y a beaucoup de personnes intéressées, nous organiserons une journée d'information dans notre ferme.

Famille Capaul, Perrefitte BE



Photos: Andri Capaul

Les animaux sauvages peuvent se glisser entre les fils, et si un arbre tombe sur la clôture, le fil se dérobe grâce à son élasticité – la famille Capaul a misé sur ce système bien pensé.







**UFA**

**Quelle chance**

**Baisse de prix des aliments UFA bio**

Action sur aliments vaches laitières et aliments porcelets jusqu'au fin février 2009

Commandez dès maintenant vos aliments UFA bio

Dans votre LANDI ou aux bureaux des commandes UFA

**Herzogenbuchsee** 062 956 62 22  
**Puidoux** 021 946 06 06

**ACTION**



**Isomate®**


**Lutte par confusion**  
contre les tordeuses en Arboriculture

Plus de 10 années d'expérience et de savoir-faire.

Andermatt Biocontrol AG  
Stahlermatten 6 · 6146 Grossdietwil  
Telefon 062 917 50 05 · www.biocontrol.ch



Andermatt  
**Biocontrol**



**LINUS SILVESTRI AG**  
Commerce de bétail  
9450 Lüchingen/SG  
Tél. 071 757 11 00 Fax 071 757 11 01  
Email: kundendienst@lsag.ch  
Site Internet: www.bioweidebeef.ch

**Commercialisation et conseil:**  
Linus Silvestri, Lüchingen, SG natel 079 222 18 33  
Jakob Spring, Kollbrunn, ZH natel 079 406 80 27




**Votre chance – nous cherchons de nouveaux producteurs de Bœuf de pâturage BIO®**

**Nous cherchons:**  
Nouveaux producteurs de Bœuf de pâturage BIO®  
• Partenaires pour achat de remontes et engraissement  
• Partenaires avec vaches mères et engraissement  
Éleveurs de vaches mères bio pour la production d'Aubrac  
Éleveurs de vaches mères bio pour la production de remontes d'engraissement

**Vos avantages:**  
Possibilités d'écoulement intéressantes et durables dans les programmes Bœuf de pâturage BIO® et Aubrac Bio.

**Nous commercialisons:**  
Reproducteurs Aubrac, génisses F-1 pour vaches mères, remontes d'engraissement bio, veaux d'étal bio, petits veaux bio, porcs bio, truies bio, porcelets bio, vaches de réforme bio

**Téléphonez-nous, nous vous conseillerons volontiers!**

**hosberg AG**  
*Bio Eierhandel*  
8630 Rütli ZH, Tél. 055 251 00 20

**Le leader du commerce des œufs bio!**



**Actuel**  
**Cherchons au plus vite des producteurs d'œufs bio!**

Visitez notre site internet: vous y trouverez des informations actuelles pour les clients et les fournisseurs!

**kagfreiland** [www.hosberg.ch](http://www.hosberg.ch)

