

# bioactualités

5/09

LE MAGAZINE DU MOUVEMENT BIO

JUIN

Le marché du lait inquiète Page 4

Baisse des prix et plus-value bio Page 6

L'avènement de [www.boursebio.ch](http://www.boursebio.ch) Page 10



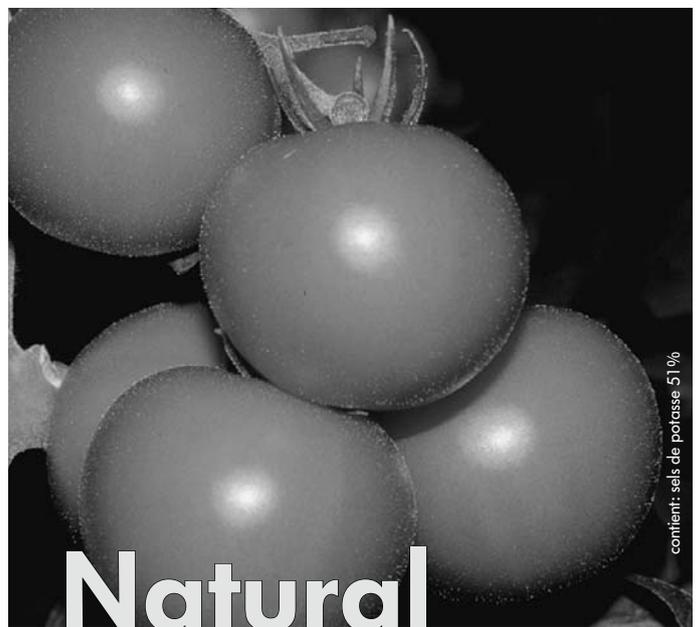
**Pour tous les cas**

composés minéraux UFA

**UFA 293** riche en phosphore granulé équilibré,  
**UFA 195** riche en magnésium, granulé  
**UFA 994** riche en sélénium, granulé  
**UFA 995**

[www.ufa.ch](http://www.ufa.ch)

Dans votre  
**LANDI**



**Natural**

contre les pucerons et les acariens

Andermatt Biocontrol AG  
 Stahlermatten 6 · 6146 Grossdietwil  
 Telefon 062 917 50 05 · [www.biocontrol.ch](http://www.biocontrol.ch)



Andermatt  
**Biocontrol**

contient: sels de potasse 51%

**5%**  
de rabais sur les achats  
précoce jusqu'au  
19 juin 2009



**Mühle Rytz AG**

Agrarhandel und Bioprodukte

**Pour les semis après la récolte**

**Bio 1000:** Mélange annuel pour cultures dérobées  
**Bio 2000:** Mélange trèfles violet-raygras bisannuel  
**Bio 3000:** Mélange graminées-trèfles 3 ans  
**BIOLUZ:** Mélange luzerne-graminées 3 ans  
**Bio 4000:** Mélange longue durée graminées-trèfles  
**Bio 4400 Turbo:** Mélange longue durée graminées-trèfles  
**Mélange vert de trèfle d'hiver bio:** Spécialement pour les semis tardifs  
**ALEXPP bio:** Engrais vert non hivernant  
**N-Plus bio:** Engrais vert hivernant, accumulateur d'azote

**Grand choix de semences de dérobées bio,** engrais verts bio comme par exemple: du colza, la navette d'été, le radis fourrager, la moutarde, la phacélie, ainsi que div. trèfles et graminées

**Demandez le nouveau catalogue des semences.**  
 Mühle Rytz AG, Agrarhandel und Bioprodukte  
 3206 Biberen, Tél. 031 754 50 00, [www.muehlerytz.ch](http://www.muehlerytz.ch)

**Conseiller régional, dépôts:**  
 Franz Sidler, 6022 Grosswangen/LU, Tél. 041 980 22 00  
 Thomas Buser, 8560 Märstetten/TG, Tél. 079 233 74 23  
 Andreas Neyerlin, 4246 Wahlen/BL, Tél. 079 699 44 16



**LINUS SILVESTRI AG**  
 Commerce de bétail  
 9450 Lüchingen/SG  
 Tél. 071 757 11 00 Fax 071 757 11 01  
 Email: [kundendienst@lsag.ch](mailto:kundendienst@lsag.ch)  
 Site Internet: [www.bioweidebeef.ch](http://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 remotes 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 remotes 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, remotes 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!**



## Surf médiatique

Aimeriez-vous avoir un peu plus de paiements directs? Ou les prix payés pour vos produits devraient-ils être plus élevés? Préférez-vous un Cahier des charges moins dur? Ces questions, une étude les a posées à des fermes qui ont tourné le dos à l'agriculture biologique entre 2005 et 2007. La plupart ont répondu oui. Qui s'en étonnera? Ces résultats ne disent pas grand-chose si on les tire de leur contexte. C'est pourtant exactement ce qu'ont fait ces dernières semaines de nombreux journaux de Suisse romande et allemande. «Le Matin», l'«Aargauer Zeitung», le «20 Minuten» et bien d'autres ont cité les premiers résultats d'une vaste étude effectuée par l'Agroscope ART Tänikon avec le soutien de



Bio Suisse. Ce travail n'est de loin pas terminé, et de nombreux résultats ne sont encore ni dépouillés ni interprétés. Les premiers résultats, qui ont été présentés en avril à Naters près de Brigue lors d'un séminaire académique, se sont retrouvés sur Internet où les ont découverts nos scribouillards les plus fûtés.

Les articles sur la «vague d'abandons» taisent pourtant que le marché bio progresse de nouveau fortement en Suisse depuis 2006, de 11,2 % l'année passée pour atteindre 1,44 milliard de francs, que les départs massifs pour cause de renforcement des directives d'affouragement n'a pas eu lieu, et que près de la moitié des abandons étaient dus à l'arrêt pur et simple de l'agriculture. Ou encore que la surface cultivée en bio a – légèrement – augmenté malgré les départs pour atteindre 11,4 % de la surface agricole suisse: avec 121 000 hectares certifiés bio, notre pays n'avait encore jamais eu autant d'agriculture biologique.

La rédaction du bio actualités a aussi eu accès aux premiers résultats de cette étude. Nous avons beaucoup discuté si nous devions écrire quelque chose là-dessus après que de nombreux quotidiens se soient emparés de la question. Vu que les résultats définitifs de cette étude seront disponibles à la fin de l'été, nous avons décidé d'attendre, de ne pas nous laisser mettre la pression et de publier un article complet dans le bio actualités de septembre.

*A. Schädeli*

Alfred Schädeli

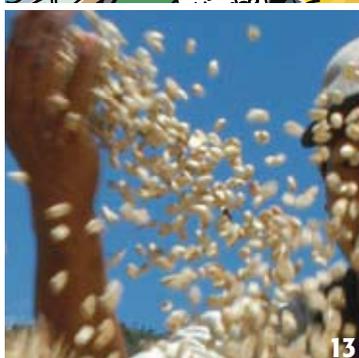
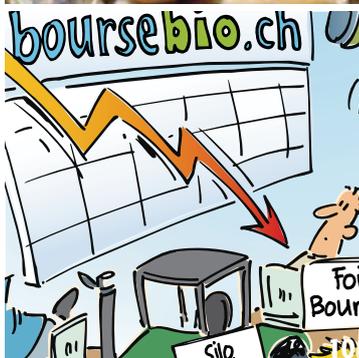
# bioactualités



6



9



13



16

## MARCHÉ

### 4 Filaments argentés sur l'horizon du lait bio

Le prix du lait bio baisse, mais beaucoup moins fort que celui du lait conventionnel. L'écart entre les deux prix se creuse donc et se rapproche des conditions qui règnent dans l'UE.

### 6 Le prix ne fait pas tout

Entretien avec le professeur d'économie Thomas Rudolf de l'université de St-Gall au sujet des conséquences de l'entrée en scène de Lidl, de l'importance de l'alimentation et de la communication des plus-values des produits biologiques.

### 9 Les prix des céréales bio

Les prix des céréales fourragères biologiques restent stables malgré la forte demande, mais ceux des pois protéagineux et de la féverole prennent l'ascenseur. Vers le haut.

## ICI ET MAINTENANT

### 10 Grande fusion des bourses des produits bio

Les grandes bourses bio éparpillées sur Internet, celle de Bio Suisse et celle des Berner Bio Bure, ont fusionné en une seule: [www.boursebio.ch](http://www.boursebio.ch).

## BIO SUISSE

### 12 Lancement du Prix d'encouragement 2009

### 13 Équitable, le Bourgeois?

Le Cahier des charges de Bio Suisse contient un chapitre sur le commerce équitable dont le texte n'est pas encore rédigé. Paysans et preneurs de licences engagés lancent la discussion sur un code de conduite.

## POLITIQUE

### 18 Référendum contre le Cassis-de-Dijon

Un référendum vient d'être lancé contre le principe dit du Cassis-de-Dijon. Le comité référendaire veut empêcher une loi jugée très dangereuse de passer sans même qu'on s'en rende compte.

## RUBRIQUES

### 14 Conseils

### 15 Consommation

### 16 Brèves

### 18 Impressum

### 19 Agenda

### 19 Le dernier mot: Courrier des lecteurs

Photo de couverture: Urs Brändli, président de la Commission technique Lait de Bio Suisse.

Photo: Ruben Wyttenbach

# Le marché du lait bio brave la tempête

Le prix du lait bio baisse, mais beaucoup moins fort que celui du lait conventionnel. L'écart entre les deux prix se creuse donc – atteignant actuellement jusqu'à 18 centimes – et se rapproche des conditions qui règnent dans l'UE. Le Biomilchpool s'est révélé être un facteur stabilisant, mais il a dû s'approcher dangereusement du bord du gouffre pour pouvoir braver la tempête.

**Q**ue se passe-t-il en réalité sur le marché du lait bio? A-t-il réussi à se sortir plus ou moins indemne de la libéralisation du marché du lait conventionnel, qui a définitivement et irrévocablement abandonné le contingentement laitier le 30 avril de cette année? Quand et comment la plongée du prix du lait conventionnel pourra-t-elle être freinée?

Il n'est pas toujours facile de d'obtenir des chiffres comparables pour évaluer le marché du lait. C'est moins difficile pour les prix à la consommation du lait entier

pasteurisé. Début juin ils étaient à la Coop de 1.75 Fr./l pour le lait bio et de 1.45 pour le lait conventionnel. Entre les deux, une différence de prix inhabituellement grande de 30 centimes. Migros a une structure de prix différente: le lait bio y coûte 1.70, le «Lait Heidi» conventionnel des zones de montagne I à IV 1.65, et le lait conventionnel de pasteurisation haute 1.25.

«J'accepte volontiers que Coop et Migros gagnent quelque chose avec un produit premium comme le lait bio», commente Urs Brändli, le président de

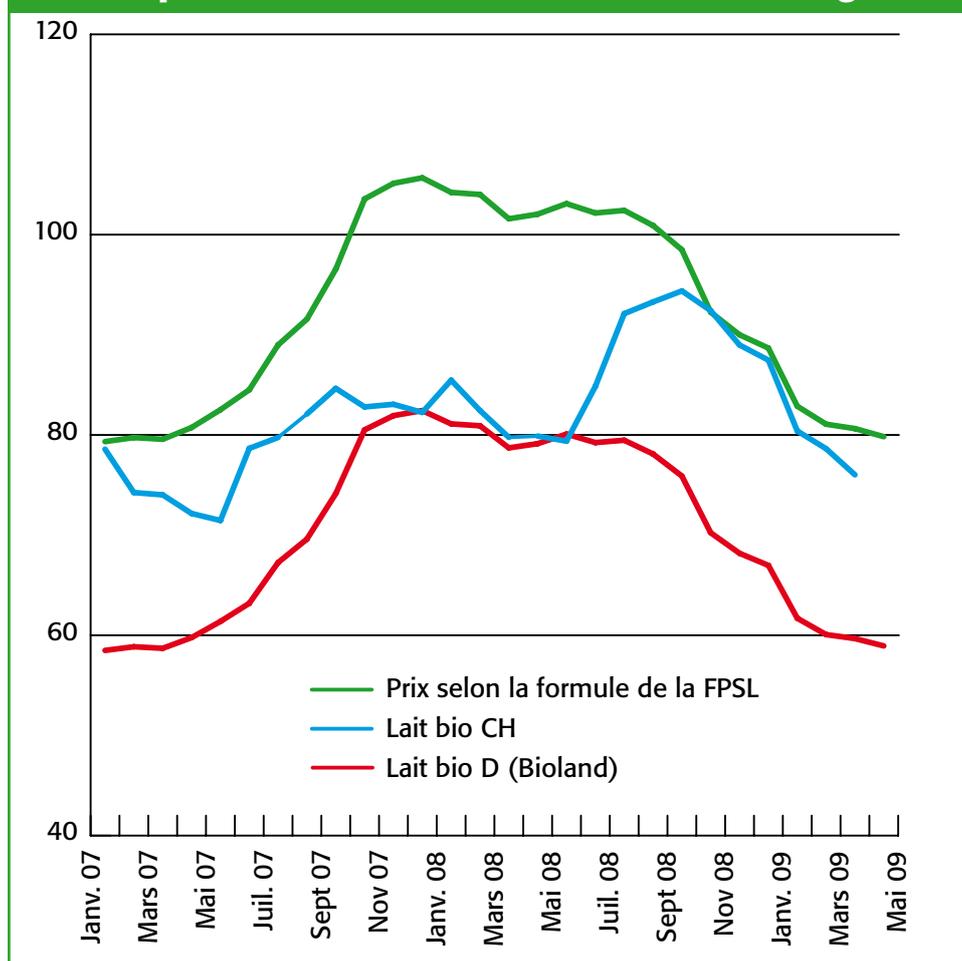
la Commission technique (CT) Lait de Bio Suisse. «Cela leur confère cependant aussi le devoir – et nous sommes en droit de l'attendre – de s'investir à fond pour que la croissance du marché du lait bio se poursuive.» Brändli met toutefois en garde contre les trop grandes différences de prix, car il faut faire attention de ne pas devenir exclusif.

Ce paysan dynamique n'est en fait pas totalement contre l'exclusivité – du moins en ce qui concerne la situation résidentielle. Il cultive en effet depuis l'âge de 21 ans une ferme herbagère de 30 hectares pour 22 vaches laitières qui jouit d'une exposition exquise à Ricken SG, loin au-dessus de l'Obersee. Son lait est transformé en Tilsit par une des trois fromageries du village, mais la plus grande partie finit sur le marché conventionnel. «Je n'ai donc ainsi aucun intérêt personnel à faire aboutir les négociations de prix», plaisante-t-il. Et le prix qu'il reçoit pour son lait de non-ensilage, pour lequel le fromager lui donne 4 centimes de prime bio parce que la crème et une petite partie du fromage sont vendues en bio, n'était finalement pas si mauvais en avril avec ses 72 centimes.

## Les prix du lait, une plaine crevassée

Connaître les prix à la production n'est pas vraiment du gâteau. Un grand nombre de sources qui se basent sur des données différentes sont recensées pour l'office fédéral de l'agriculture (OFAG) et pour la Fédération suisse des producteurs de lait (FPSL) et se trouvent sur leurs sites internet. Les prix bio sont présentés sur le site internet de Bio Suisse et sur [www.bioactualites.ch](http://www.bioactualites.ch). Si ces moyennes sont la plupart du temps assez anciennes, elles montrent cependant très clairement comment les prix du lait sont de nouveau en général en train de descendre après les grandes envolées de l'été et de l'automne 2008. On peut actuellement parler d'un prix moyen du lait bio d'environ 75 centimes. Il n'y a certes pas de quoi pavoiser, mais c'est quand

## Les prix du lait bio en Suisse et en Allemagne



Le prix du lait bio payé aux producteurs de la fédération allemande Bioland exprimé en centimes suisses au cours de change du mois concerné. Le prix moyen du lait bio payé en Suisse selon les statistiques de l'OFAG. Le prix plancher exigé selon la formule de la FPSL.

même très correct par rapport aux 55 à 60 centimes qui sont à présent la norme pour le lait conventionnel.

Christoph Grosjean-Sommer, le porte-parole de FPSL, mentionne deux facteurs qui mettent le prix du lait sous pression: le niveau des prix désolant dans l'UE et la beaucoup trop grande quantité de lait produite en Suisse qui ne semble pas vouloir diminuer. Et, juste après y avoir atteint des sommets tout aussi historiques il y a à peine une année, le marché atteint des profondeurs abyssales historiques dans l'UE. Et la fin de la dégringolade n'est pas encore en vue: «Rien ne permet de penser que le marché puisse se détendre sérieusement d'ici un ou deux mois.»

Il n'y a pas que les prix qui sont désastreusement bas, les quantités livrées sont aussi plus basses que jamais et les stocks sont plus que pleins, affirme Grosjean-Sommer. En Suisse, la situation du marché et la dégringolade des prix poussent les producteurs à des réflexions individuelles qui débouchent le plus souvent sur une réduction du prix de revient par unité en augmentant les quantités produites. Ce qui ne fait bien sûr qu'augmenter le raz-de-marée et descendre les prix. Un cercle vicieux des plus classiques que les acteurs du marché aimeraient freiner grâce à une soupape de sécurité: 5 % du lait d'industrie est acheté au super prix spot de 23 centimes, transformé en poudre de lait et jeté sur le marché des pays du Proche-Orient.

### La formule de suissitude de PSL

Sur le plan politique et tactique, la FPSL essaie de recourir à une formule de calcul du prix minimal du lait pour le maintenir à un bon niveau. Cela ne garantit à personne d'obtenir des bons prix, mais cette exigence peut servir de fil rouge lors des négociations. Il s'agit selon ce modèle de rajouter au prix du lait pratiqué dans l'UE une «prime de suissitude» de 10 pour-cent puis le supplément pour le lait transformé en fromage. Mesuré à cette aune, le prix du lait conventionnel est actuellement encore plus ou moins correct – entre autres à cause des prix très bas en vigueur dans l'UE. Le même calcul peut être fait pour le prix bio, par exemple en partant du prix obtenu en Allemagne par les producteurs de Bioland. Il est frappant de voir que, selon cette formule, le prix suisse du lait bio a longtemps traîné la patte pour enfin se rapprocher de l'objectif, mais qu'il y est toujours inférieur. Pas étonnant quand on sait que le prix Bioland a atteint en décembre un sommet de 82,4 centimes (avec le cours de change d'alors), ce qui aurait

selon la formule de la FPSL conduit à une exigence de prix de 105,7 centimes – un vrai record d'altitude! Mais la même démarche donne quand même encore, pour le mois d'avril 2009 et avec un cours de change nettement moins favorable, un prix bio de 80 centimes.

Bien entendu, sur un marché ou le moindre centime en plus ou en moins représente automatiquement des millions de francs de chiffre d'affaires, on ne doit pas surestimer la portée de ce genre d'exercices de style. Il n'en reste pas moins intéressant de constater que le prix du lait biologique suisse n'atteint presque jamais l'exigence de la FPSL alors que le prix conventionnel tend à la dépasser toujours plus souvent. Cela est aussi dû à l'augmentation des primes bio réalisables sur le marché suisse lorsque les prix conventionnels baissent. Pendant des années en effet, les primes bio se situaient ici autour de 10 à 12 centimes alors que d'autres critères prévalaient en Allemagne, où le prix bio pouvait être supérieur d'un tiers ou même plus au prix conventionnel. Les baisses de prix nous rapprochent des conditions qui sont de mise en Allemagne: On trouve maintenant en Suisse des primes bio qui atteignent les 18 centimes.

### Exode évité

Marcel Lusti, qui produit du lait bio au sud-ouest de la ville de Zurich et qui connaît bien le marché du lait bio en tant que président du Biomilchpool, trouve quant à lui une prime bio plus maigre que cela sur son décompte pour le mois d'avril: «Nous sommes à peu près dans la moyenne avec notre prix bio de 73.6 centimes», constate-t-il, «mais les déclassements baissent le prix de presque 10 centimes.» Lusti a en effet obtenu un prix effectif de 64.2 centimes. La situation s'améliorant toutefois toujours nettement vers l'été, quand de nombreuses vaches sont à l'alpage, on ne devrait jamais comparer autre chose que les moyennes annuelles, affirme ce paysan bio. Mais de nombreux producteurs trouvent que cela n'est que pure théorie: «Le dernier mois de janvier était assez extrême, les prix du Biomilchpool étaient loin en-

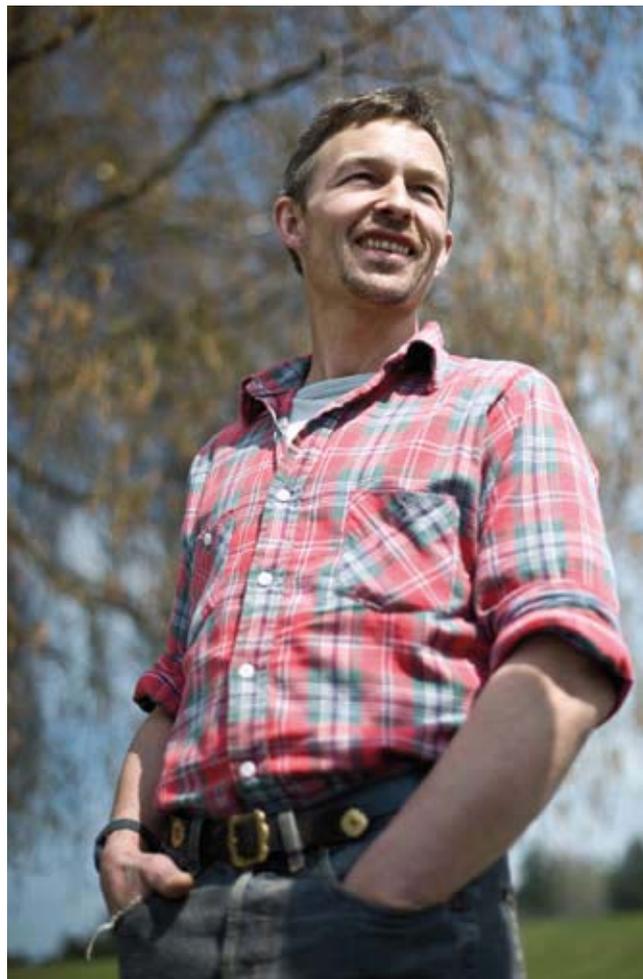


Photo: Ruben Wyttenbach

Urs Brändli, le président de la CT Lait de Bio Suisse, livre le lait de ses vaches à une fromagerie qui fait du Tilsit conventionnel et doit se contenter d'une prime bio de 4 centimes.

dessous de ceux des autres organisations.» Ce qui est normal quand on sait que c'est le Biomilchpool qui assume seul l'ensemble du déclassement des surplus bio. Ces prix très bas ont bien entendu choqué les fournisseurs du Biomilchpool, et nombre d'entre eux se sont demandé s'ils ne pouvaient pas se réfugier auprès d'une autre organisation du lait bio. La complexité de la procédure a finalement empêché la vague d'exodes de devenir réalité.

«Heureusement pour le Biomilchpool», explique Urs Brändli qui s'était investi avec la CT Lait pour trouver le moyen de sauver ce facteur régulant du marché, «et heureusement pour tous les producteurs de lait bio, car s'il n'y avait plus le Biomilchpool, les prix s'effondreraient comme sur le marché conventionnel et les primes bio seraient beaucoup moins élevées qu'elles ne le sont actuellement.» Malheureusement, la conscience de l'importance de cette prestation ne semble pas encore très développée à l'extérieur du Biomilchpool.

Alfred Schädeli

# «Le prix ne fait pas tout»

Le commerce suisse de détail est en plein bouleversement. Les harddiscounters internationaux ont le vent en poupe, les commerces établis se retrouvent en difficulté. Entretien avec Thomas Rudolf, professeur d'économie d'entreprise et de marketing à l'université de St-Gall, sur les conséquences de l'entrée en lice de Lidl, sur la problématique d'un débat purement axé sur le prix, sur la valeur de la nourriture et sur les chances de pouvoir communiquer les plus-values des produits bio.

**bio actualités:** *Monsieur Rudolf, le commerce suisse de détail évolue beaucoup. Coop a baissé le prix de plus de 600 articles de marque, et Migros et Manor serrent aussi la vis des prix. Cette dynamique s'explique-t-elle uniquement par l'arrivée de Lidl?*

**Thomas Rudolf:** L'avancée des harddiscounters est une des principales raisons qui poussent les entreprises commerciales établies à améliorer leur rapport qualité-prix. On avait déjà pu l'observer en 2005 lors de l'entrée en lice d'Aldi, qui avait suscité des réactions comme la création des lignes M-Budget et Prix-Garantie ou encore des rabais de 20 à 50 pour-cent. Et les prix gagnent en importance en période de récession.

*Les consommateurs n'ont-ils pas été arnaqués ces dernières années par les leaders de la branche, puisque ces derniers peuvent soudain investir des millions dans les baisses de prix?*

Il y a certainement des clients qui ressentent qu'on s'est payé leur tête, mais le plus grand nombre se contente de se réjouir des baisses de prix. Et un troisième groupe reste indifférent à cette guerre des prix,

**«Une majorité des consommateurs veut des prix durablement bas, ce qu'Aldi et Lidl offrent justement.»**

car c'est la disponibilité et la qualité qui lui importent. Une majorité des consommateurs veut en outre des prix durablement bas, ce qu'Aldi et Lidl offrent justement. En faisant des remises de prix et de nombreuses actions, les commerces établis se nuisent plus qu'autre chose, car la focalisation permanente sur le prix augmente l'importance des harddiscounters.

*Lidl est présent en Suisse avec actuellement 15 succursales, et il devrait y en avoir 26 d'ici la fin de l'année. Quelles conséquences faut-il en attendre pour le commerce de détail en général?*

Prenons d'abord les parts de marché: elles

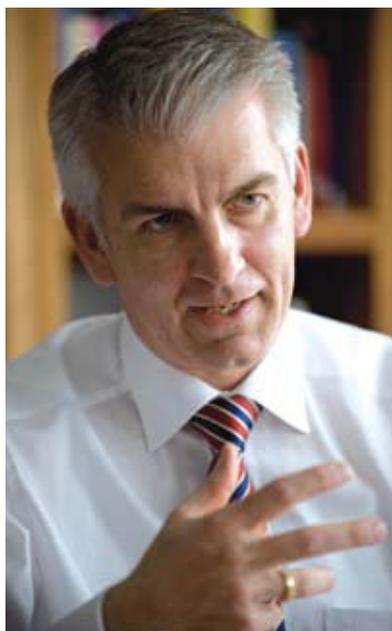


Photo: zlg

Thomas Rudolf, professeur d'économie d'entreprise et de marketing à l'université de St-Gall, et directeur du Centre de recherches sur la gestion commerciale (Institute for Retail Management IRM-HSG).

sont assez peu influencées dans une première phase, mais c'est très différent après deux ou trois ans. Lidl aura alors en Suisse entre 200 et 250 points de vente pour un chiffre d'affaires de quelque 2.5 milliards de francs, ce qui correspond à une part de marché de 3 à 4 pour-cent. C'est l'ordre de grandeur que Denner a aujourd'hui. Sur la structure des prix par contre, Lidl exerce dès le début une grande influence en étant capable d'imposer les prix les plus bas sur un petit nombre d'articles clés comme le lait, le pain ou le coca, ce qui va immanquablement faire réagir tous les autres.

*Et pourquoi est-ce justement Lidl et Aldi qui cassent les prix?*

Les deux sont ce qu'on appelle des global discounters. Ils vendent entre 1000 et 2000 articles quand Coop et Migros offrent entre 20000 et 30000 articles dans leurs supermarchés. Cette complexité engendre des coûts plus élevés, ce qui impose la nécessité de prix moyens plus élevés.

*Comment jugez-vous les craintes des ma-*

*gasins de quartier, qui craignent d'être supplantés?*

Elles sont fondées. Surtout si ces petits magasins sont à proximité immédiate d'un Aldi ou d'un Lidl. Le processus de concentration pourrait bien s'accélérer, mais cela ne signifie pas que les petits magasins n'ont plus aucune chance. Ils ne devraient cependant pas essayer en priorité de garder leur clientèle en baissant leurs prix – ils ne peuvent pas régater dans ce domaine – mais en renforçant leurs prestations de services dans l'approvisionnement de proximité, par exemple en propo-

**«Lidl peut imposer les prix les plus bas sur le lait, le pain ou le coca, ce qui va faire réagir tous les autres.»**

sant des livraisons à domicile ou des offres pour les personnes âgées. Mais attention, l'écart des prix ne doit pas augmenter.

*Les magasins bio perdront-ils moins de clientèle au profit d'Aldi et de Lidl que les autres magasins de quartier?*

Les magasins bio ont développé en Suisse un profil clair qui se différencie nettement de l'assortiment des harddiscounters. Et les magasins bio n'attirant en général pas les clients des harddiscounters, ils seront peu touchés par l'entrée en scène de ces derniers.

*Alors, qui subira le plus de conséquences, les petits magasins bio et les magasins de quartier, ou les grandes chaînes?*

Tous ressentiront le phénomène, mais plus ou moins fort. Je ne partage pas l'hypothèse que, en tant que discounter, c'est Denner qui sera le plus touché. En effet, Aldi et Lidl ne sont depuis longtemps plus uniquement des harddiscounters dont l'assortiment est limité aux prix d'entrée de gamme: ils sont depuis quelques années aussi actifs sur le deuxième et troisième niveau de prix en vendant par exemple des vins à 40 francs et plus seulement à 2.95. Si Aldi et Lidl atteignent ensemble dans

peut-être trois ans un chiffre d'affaires de cinq milliards de francs en Suisse, ces ventes auront essentiellement été enlevées à tous leurs concurrents. En c'est bien sûr ceux qui ont des grandes parts de marché, comme Migros et Coop, qui y laisseront le plus de plumes.

*Pensez-vous que Coop et Migros perdront une plus grande proportion de chiffre d'affaires au profit d'Aldi et de Lidl?*

Ces deux grands distributeurs doivent défendre de très grosses parts de marché contre les nouveaux harddiscounters. Le risque d'y perdre plus que les autres est donc réel. Les grands distributeurs essayent cependant de compenser les possibles diminutions des ventes dans leurs traditionnels groupes de marchandises en introduisant de nouvelles catégories de produits comme les assurances ou les communications de téléphonie mobile. Cela ayant bien marché ces deux dernières années, on ne peut pas tabler sur un recul disproportionné. Cela dépendra beaucoup de la capacité d'innovation dans la conception des assortiments.

*Et comment les lignes bio de Migros et de Coop se maintiendront-elles?*

Les lignes bio de Migros et de Coop se maintiendront très bien face aux harddiscounters si elles sont perçues comme plus attractives. Cela dépendra beaucoup de la largeur et de la profondeur des assortiments bio. Les grands distributeurs ont de ce point de vue-là un avantage de compétence. Leurs assortiments sont complètement établis.

*La baisse des prix va réjouir les consommateurs et les consommatrices, mais la pression sur les employés pourrait bien augmenter pour compenser les baisses de prix par des augmentations de productivité.*

Il y a bien sûr en plus du prix d'autres dimensions comme la qualité de produits, l'emploi ou l'agriculture. Tout effondre-

**«Lidl aura dans deux ou trois ans entre 200 et 250 points de vente pour un chiffre d'affaires de quelque 2.5 milliards de francs.»**

ment des prix engendre à long terme une diminution de la qualité. Si on peut acheter du chocolat pour 19 cents, on peut se demander ce qu'il peut bien contenir. En ce qui concerne l'emploi, une étude actuelle montre qu'en Europe, à cause de la crise, les entreprises réaliseront jusqu'à

60 pour-cent de leurs économies sur la main-d'œuvre. Ce chiffre atteindra plutôt 80 pour-cent dans le commerce, car le personnel y est encore plus important dans la structure des coûts. Cela signifie que des licenciements sont malheureusement probables.

*Le consommateur ne regarde-t-il donc que le prix? La qualité et l'emploi le laissent-ils à ce point indifférent?*

Tant que le consommateur ne comprend pas la plus-value d'un produit, il ne regarde que le prix. Si vous ne pouvez pas justifier pourquoi vos pommes coûtent 3.99 et celles de vos concurrents seulement 2.99, le client ne fera pas ses achats chez vous. Si par contre vous communiquez que les pommes de la concurrence viennent du Chili et qu'elles ont passé six mois en chambre froide avant de faire des centaines de kilomètres rien qu'en Suisse alors que les vôtres viennent de Thurgovie

– peut-être même de cultures biologiques, qu'elles n'ont jamais été en chambre froide et qu'elles présentent un bien meilleur bilan écologique à cause des courtes distances de transport, le client achètera presque à coup sûr vos pommes. Vous devez donc vendre leur plus-value pour pouvoir vous maintenir face aux discounts.

*Votre exemple des pommes ne fonctionne-t-il pas que pour les revenus supérieurs?*

Je ne crois pas. Notre société est quand même schizophrène de préférer inves-

**«On trouvera parmi les gagnants ceux qui agissent en fonction des désirs des clients.»**

tir dans les jantes en alu plutôt que dans une alimentation saine. De nombreuses personnes économisent pour pouvoir aller dans un hôtel de luxe lors de leurs

## Il y a comme une odeur de concurrence déloyale ...



Photo: Keystone

À fin mai, Lidl vendait des pêches d'Espagne 1.99 Fr./kg. Leur prix était au même moment de 4.– Fr./kg sur le marché de gros zurichois. On trouvait aussi chez Lidl des tomates cerises à 1.49 Fr./kg alors qu'elles coûtaient 2.75 Fr./kg à l'achat. Pour les poivrons, le rapport était de 1.99 Fr./kg à env. 3.– Fr./kg.

La nouvelle est sortie dans le «Tages Anzeiger» du 26 mai. L'Union maraîchère suisse (UMS) pense qu'il y a un système derrière ces prix de dumping: Depuis son entrée en scène en mars, Lidl a bien souvent vendu des légumes 10 à 50 centimes en-dessous du prix coûtant, par exemple des brocolis à 77 centimes la livre. Il s'agit pour l'instant essentiellement de marchandises importées, mais cela touche de plus en plus de produits suisses. En

apporter la preuve est cependant difficile, notamment parce qu'on ne sait pas par quels canaux passent les importations de Lidl.

Le «Tages Anzeiger» cite Hannes Germann, le président de l'UMS: «Les ventes à perte pratiquées par Lidl sont inacceptables.» Germann a cherché le dialogue avec le discounter, mais il a reçu en réponse à sa lettre la fin de non-recevoir suivante: «Nous discutons avec nos fournisseurs, pas avec des fédérations.»

La loi parle de concurrence déloyale quand un commerçant «offre, de façon réitérée, au-dessous de leur prix coûtant, un choix de marchandises». L'UMS étudie actuellement des interventions juridiques.

Source: «Tages-Anzeiger» du 26 mai 2009

prochaines vacances, mais ils mangent des produits dont ils ne savent pas depuis combien de temps ils sont congelés ou combien d'additifs E et de pesticides ils contiennent. Nous devons redonner à notre alimentation une autre importance. Et alors l'essentiel ne sera plus de payer 2.99 ou 3.99.

... et les produits bio auront alors toutes leurs chances sur le marché!

En principe oui. Il faut que l'avantage qualitatif des produits bio soit parfaitement transparent. Si les clients comprennent cette plus-value, le chiffre d'affaires devrait reprendre l'ascenseur.

On peut tout de même tabler sur le fait que Migros et Coop sont des employeurs plus sociaux qu'Aldi et Lidl, mais les consommateurs ne s'n fichent-ils pas complètement? En Suisse, de nombreux consommateurs

**«Notre société préfère investir dans les jantes en alu plutôt que dans une alimentation saine.»**

attachent une grande importance à des conditions de travail humaines. Les médias reviennent eux aussi continuellement sur cette question, contribuant ainsi à une

grande stabilité. Ceux qui transgressent ces principes risquent d'avoir mauvaise réputation, ce qui influence aussi le comportement d'achat.

*Qui fera partie en 2009 des perdants, qui des gagnants?*

Les ventes de denrées alimentaires resteront assez stables parce que nous devons tous manger. Les chiffres d'affaires des biens de consommation à longue durée de vie comme les voitures, les meubles ou l'électronique reculeront parce que de nombreuses personnes remettront leurs achats à plus tard. Si la crise perdure et que le chômage continue d'augmenter en Suisse, c'est l'hôtellerie et la restauration qui en pâtiront le plus.

On trouvera parmi les gagnants ceux qui agissent en fonction des désirs des clients. Notre société fragmentée compte en effet des clients qui ne se préoccupent que des prix bas, mais il y en a suffisamment d'autres qui, parce que cela leur laisse plus de temps libre, paient volontiers davantage pour des solutions clés en main comme une préparation simple et à la mode d'un café à la Nespresso ou un service de livraison à domicile.

*Y a-t-il aussi assez de gens qui sont prêts à payer davantage pour les produits bio?*

Oui, c'est certain qu'il y en a en Suisse, mais, justement en période de récession, la plus-value doit être communiquée à la

**«Si les clients comprennent la plus-value des produits bio, le chiffre d'affaires devrait reprendre l'ascenseur.»**

clientèle de manière encore plus convaincante. Je pense que même les magasins bio doivent s'améliorer sur ce plan. De nombreux consommateurs ne comprennent pas encore quelle est la plus-value des produits bio. Dans ce contexte, il est très important que cette plus-value fasse l'objet d'une meilleure communication dans les points de vente eux-mêmes.

Interview: Marius Hasenböhler et Daniela Kuhn, HSGBlatt; Markus Bär, bio actualités

Une première version de cette interview a été publiée dans le numéro de mars 2009 de la «HSGBlatt», le journal de et sur la Haute École de St-Gall. Le Professeur Rudolf a ensuite été d'accord de répondre pour le bio actualités à quelques questions supplémentaires en partie spécifiquement axées sur le marché bio.

## 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

# abo

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

Nom

Prénom

Adresse

NPA/Localité

Date

Signature



# Prix des céréales: Entre incertitude et sommets

Les prix des céréales fourragères sont stables, et ceux des pois protéagineux et de la féverole augmentent assez pour compenser la baisse due à la suppression des paiements directs. Pour les céréales panifiables, aucun accord en vue au moment de la clôture de rédaction.

**L**es céréales fourragères Bourgeon sont très demandées, et il faudrait que la production reste en Suisse. Les conditions sont bonnes: Les prix ont pu être maintenus, et la baisse des paiements directs pour les légumineuses à battre va être compensée par les prix à la production. Grâce à la coordination céréalière assumée par le pool des céréales fourragères biologiques, tous les fabricants d'aliments fourragers complexes ont pu être approvisionnés avec la même proportion de céréales fourragères suisses. L'offre est restée constante tandis que la demande

d'aliments complexes Bourgeon a encore augmenté, notamment à cause de l'entrée en vigueur de la clause de l'alimentation 100 % bio pour les ruminants.

## Une motivation à la reconversion

Les prix constants motivent les producteurs Bourgeon à continuer, mais ils peuvent aussi motiver de nouveaux agriculteurs à se reconverter à l'agriculture biologique. L'approvisionnement et en effet précaire – surtout pour les protéines. D'un côté la surface de féverole et de pois

protéagineux est très petite, et de l'autre les paiements directs pour ces cultures ont été diminués dès 2009. Cela signifie pour les producteurs une perte de 500.– Fr./ha. Reportée sur le prix à la production, cette somme représente un manque de 15.– Fr./dt. Les participants aux négociations de prix ont donc décidé de maintenir les prix, et même de les augmenter des 15.– manquants pour la féverole et les pois protéagineux. Cela doit donner un signal pour augmenter la production de protéines végétales en Suisse.

## Pas encore d'accord pour les prix des céréales panifiables

Dans le secteur des céréales panifiables, la baisse des cours du marché mondial ainsi que l'abaissement des taxes douanières et de la taxe sur la farine, respectivement pour le 1<sup>er</sup> juillet et le 1<sup>er</sup> octobre, mettent sous pression non seulement les meuniers mais aussi les producteurs. Les prix de référence n'ont pas encore pu être fixés, et les négociations ne sont pas terminées.

Les prix des céréales fourragères Bourgeon Bio Suisse		
Culture	2009 Prix de référence à la production, Fr./dt	2008 Prix de référence à la production, Fr./dt
Orge	77.50	77.50
Avoine	62.50	62.50
Triticale	77.50	77.50
Blé fourrager	80.00	80.00
Maïs grain	80.00	80.00
Pois protéagineux	100.00	85.00
Féverole	90.00	75.00

Source: Bio Suisse

Bio Suisse

# Deux bourses bio fusionnent

Elles étaient les deux sites internet les plus visités de la scène agrobiologique suisse, portaient presque le même nom et fournissaient la même prestation. C'étaient les deux bourses internet [www.bioboerse.ch](http://www.bioboerse.ch) des Bärner Bio Bure et [www.ch.bioboerse.ch](http://www.ch.bioboerse.ch) de Bio Suisse. Elles ont maintenant fusionné en une seule bourse bio nationale. La nouvelle bourse bio se trouve à l'adresse [www.boursebio.ch](http://www.boursebio.ch).

Une nouvelle bourse bio, [www.boursebio.ch](http://www.boursebio.ch), est à disposition des productrices et des producteurs bio sur internet depuis quelques semaines. Quatre catégories principales permettent d'offrir et de demander gratuitement des animaux, des fourrages, des produits fermiers, des machines et bien d'autres choses encore. Cette bourse internet entièrement repensée et très facile à utiliser offre toutes les fonctions d'une place de marché virtuelle moderne. Lorsqu'elle sera entièrement terminée, elle aura quatre interfaces utilisateur, une pour chacune des langues nationales de notre pays.

## Une longue gestation

La nouvelle bourse est l'aboutissement d'une longue histoire. Tout a commencé au milieu des années nonante avec deux

répondeurs téléphoniques équipés de cassettes magnétiques et ayant chacun son propre numéro de téléphone, qui étaient installés dans la ferme Demeter de la famille Schädli à Uetzingen BE. Un des numéros servait à enregistrer les annonces et l'autre à les écouter. Nadja Schädli enregistrerait les nouvelles annonces une à deux fois par semaine sur la bande d'écoute. Pour maintenir cette bourse en vie, les Bärner Bio Bure avaient envoyé à leurs membres des autocollants qui mentionnaient les deux numéros et qui devaient être collés sur le téléphone familial. Cette solution rudimentaire a fonctionné pendant plusieurs années.

L'émergence d'Internet a éveillé l'esprit d'initiative de quelques paysans bio de l'Oberland bernois qui ont alors pensé que le temps était venu de créer une bourse sur Internet. Un des initiateurs du projet, Adrian Bieri, a réservé l'adresse [www.bioboerse.ch](http://www.bioboerse.ch) puis, après une période de développement remarquablement courte, la première version de la bourse bernoise a été publiée en mars 2001 sur la Toile. Vu que beaucoup de paysans n'avaient pas d'accès à Internet, Ernst Knutti recevait leurs annonces par téléphone, télécopie et courrier et les renseignait par téléphone sur les offres et demandes actuelles. À force d'en parler, il avait presque toujours toutes les annonces en tête !

## Bernois et Zurichois

Cependant, peu avant la mise en ligne de la bourse bernoise, les Zürcher Biobauern et Erik Meier ont proposé aux Bernois de réaliser ensemble une bourse nationale. Mais le projet des Bernois était selon eux déjà trop avancé pour être abandonné

ou reconçu. Et les Zurichois voulaient quant à eux une solution techniquement plus aboutie. Il y a donc eu sur Internet deux bourses bio qui portaient presque le même nom et qui offraient plus ou moins le même service. Les utilisateurs avaient donc de la peine à se faire une idée générale des offres et des demandes.

Après plusieurs années, la nouvelle plateforme internet [www.bioactualites.ch](http://www.bioactualites.ch) a dégagé à partir de 2008 la possibilité de réunir les deux bourses bio qui continuaient de fonctionner en parallèle. Le fait qu'elles n'étaient plus à la pointe de la technique et qu'elles auraient de toute façon dû être reprogrammées à plus ou moins brève échéance a certainement facilité la décision. Quoi qu'il en soit, Bio Suisse, le FiBL et les gestionnaires des deux bourses sont tombés d'accord sur le fait qu'une nouvelle bourse réalisée sur [www.bioactualites.ch](http://www.bioactualites.ch) serait la meilleure solution pour tous.

## Reprogrammée de fond en comble

La nécessité de tout reprogrammer a permis de repenser cette plateforme de A à Z. Ce site internet est maintenant divisé en quatre places de marché thématiques, ce qui permet d'en avoir une très bonne vue d'ensemble. Les animaux et les fourrages disposent chacun de leur propre place de marché, et les fermes qui font de la vente directe peuvent utiliser la bourse aux aliments pour commercialiser des matières premières agricoles ou des produits transformés. Et enfin, la rubrique «Divers» permet de placer toutes les autres offres et demandes, des places d'élevage aux engrais de ferme en passant par les machines ou p. ex. les cultures fourragères sous contrat.

## Petites annonces imprimées et sur Internet

La rubrique «petites annonces» (cf. ci-dessous) du bio actualités accueille toutes vos petites annonces pour le prix de 5.– francs la ligne imprimée, prix qui inclut leur traduction en français ou en allemand.

Toutes ces petites annonces sont placées gratuitement dans la nouvelle bourse bio sur Internet [www.boursebio.ch](http://www.boursebio.ch) – vos annonces sont donc à la fois imprimées et mises en ligne. La version en ligne nécessite l'indication du numéro postal et du numéro de téléphone fixe (pas de problème pour ajouter un numéro de téléphone mobile). Si vous le demandez expressément, nous ne mettrons pas vos annonces sur Internet.

Votre interlocutrice pour les annonces imprimées est Erika Bayer, FiBL, Ackerstrasse, 5070 Frick, tél. 062 865 72 00, fax 062 865 72 73, courriel [erika.bayer@fibl.org](mailto:erika.bayer@fibl.org).

Pour participer gratuitement à la Bourse Bio sur Internet, il suffit d'aller sur [www.boursebio.ch](http://www.boursebio.ch).

## ■ PETITES ANNONCES

### Demandes

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

### Offres

Pour l'automne: **Vaches Hinterwälder**, de ferme laitière, avec contrôle laitier, tél. 055 642 16 85

À vendre **foin Bourgeon** en balles, G. Montandon, tél. 032 935 12 91 (répondeur ou insister)

**Voyage «permaculture» en Autriche**, visite du Krameterhof et séminaire avec Sepp Holzer et visite du Gärtnerhof à Langerhorst, les 13-14-15 août 2009, renseignements et inscriptions auprès de Sonja + Lorenz Kunz, Biohof Froberg, 8133 Esslingen, tél. 043 277 05 05, courriel [info@permakulturhof.ch](mailto:info@permakulturhof.ch), [www.permakulturhof.ch](http://www.permakulturhof.ch)

L'enregistrement des offres et des demandes est facile, ne coûte rien et est ouvert à tous les producteurs et productrices bio. Les utilisateurs réguliers auront tout intérêt à s'inscrire – toujours gratuitement – pour avoir un compte d'utilisateur qui leur simplifiera encore l'enregistrement de leurs annonces et leur permettra de les gérer – c.-à-d. de les modifier ou de les enlever – eux-mêmes.

Gilles Weidmann, FiBL

Pour en savoir plus: [www.boursebio.ch](http://www.boursebio.ch).  
 Les personnes qui ne veulent ou ne peuvent pas poster leurs annonces elles-mêmes, qui ont des problèmes pour utiliser la Bourse Bio, ou encore qui désirent qu'on recherche pour elles certaines annonces d'actualité, peuvent s'adresser pendant les heures de bureau au Service d'information pour la Bourse Bio de Bio Suisse par téléphone au 061 385 96 10 ou par courriel à [boursebio@bioactualites.ch](mailto:boursebio@bioactualites.ch).

### Action: C'est gratuit même dans le magazine

À l'occasion du lancement et de l'annonce de la nouvelle plateforme internet [www.boursebio.ch](http://www.boursebio.ch), vous trouvez en bas de cette page un talon qui vous offre une petite annonce gratuite jusqu'à cinq lignes imprimées. Cette annonce sera aussi mise sur la Bourse Bio.

## CLIN D'ŒIL

Cartoon de Beat Sigel



## Bon pour une petite annonce imprimée de cinq lignes

Ce bon d'une valeur de 25.- francs vous offre une petite annonce de cinq lignes imprimée dans le bio actualités. Cette annonce sera aussi placée, gratuitement, sur la nouvelle bourse internet [www.boursebio.ch](http://www.boursebio.ch). Le bon est valable jusqu'à fin 2009. Prière d'écrire votre texte en caractères d'imprimerie dans les cases ci-dessous et de l'envoyer au bio actualités, Réception des annonces Erika Bayer, FiBL, Ackerstrasse, 5070 Frick, fax 062 865 72 73.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38		
Fr. 0.-																																								
Fr. 0.-																																								
Fr. 0.-																																								
Fr. 0.-																																								
Fr. 0.-																																								
Fr. 5.-																																								
Fr. 10.-																																								
Fr. 15.-																																								
Fr. 20.-																																								
Fr. 25.-																																								
Fr. 30.-																																								
Fr. 35.-																																								

Laisser une case vide entre les mots pour les séparer.

Nom \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_

NPA/Localité \_\_\_\_\_

# Qui recevra le Prix d'encouragement 2009?

Bio Suisse met cette année au concours pour la quatrième fois son Prix d'encouragement, qui récompensera un projet novateur et durable de l'agriculture biologique suisse et si possible actif cette année. Bio Suisse souhaite que les 5'000 francs du prix servent d'aide au démarrage.

**B**io Suisse met cette année au concours pour la troisième fois son Prix d'encouragement doté de 5'000 francs. L'activité du lauréat peut se situer aussi bien dans la propagation générale de l'agriculture

Les candidatures au Prix d'encouragement 2009 doivent être envoyées par écrit jusqu'au 30 août 2009 à: Bio Suisse, Jacqueline Forster-Zigerli, Margarethenstrasse 87, 4053 Bâle, courriel [jacqueline.forster@bio-suisse.ch](mailto:jacqueline.forster@bio-suisse.ch).

biologique que dans des prestations extraordinaires dans les techniques culturales, la sélection, la recherche fondamentale, le développement de produits bio, de régions touristiques ou de leur commercialisation, ou encore la collaboration entre le tourisme et l'agriculture biologique, etc.

La candidature peut se limiter à une courte description d'une à deux pages A4. Tous les membres de Bio Suisse peuvent proposer une personne ou un projet. Sont exclus du prix: les membres actuels et an-

ciens du Comité, ainsi que les projets des organisations membres qui reçoivent déjà de l'argent de la communication de Bio Suisse. Il est aussi exclu de laisser l'argent aboutir dans des fondations existantes.

Le projet gagnant sera connu dans le courant du deuxième semestre et figurera sur la carte de vœux de Noël de Bio Suisse. Cette mention et un bon soutien médiatique permettront de faire mieux connaître des gens et des prestations de l'agriculture biologique.

## 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  
[crivelliemballaggi@hotmail.com](mailto:crivelliemballaggi@hotmail.com)



Fondation

La Clairière

Cherchons pour le  
1<sup>er</sup> juillet

## Cuisinier/cuisinière à 85 %

Profil souhaité:

- Capacités à répondre à nos exigences nutritionnelles basées sur une alimentation intégrale: élaboration de mets complets, partiellement végétariens, avec des produits biodynamiques et biologiques dont une partie provient de notre propre ferme (30 repas à midi).
- Sens des responsabilités et de l'organisation autonome: gestion des stocks et des commandes.
- Aptitudes pédagogiques: gérer 1 ou 2 jeunes adultes en séjour thérapeutique chargé des tâches de cuisine.

Nous offrons:

- Poste à responsabilités progressives
- Temps de travail régulier
- Un cadre dans la nature
- Ambiance familiale

Dossier de candidature complet à envoyer à:

Fondation La Clairière, Rte de Villard 20, 1832 Chamby  
Tél. 021 964 34 53. E-mail: [fondation.clairiere@vtx.ch](mailto:fondation.clairiere@vtx.ch)  
[www.la-clairiere.ch](http://www.la-clairiere.ch)

# Le Bourgeon doit aussi garantir l'équité et la régionalité

L'orientation générale donnée par le Concept directeur de Bio Suisse est claire: le Bourgeon doit devenir plus équitable. La réalisation de cette idée dépend en ce moment beaucoup de la participation de tous les acteurs de la filière. Producteurs et preneurs de licences engagés doivent rassembler des impulsions de la pratique pour en faire un code de conduite.

La croissance rapide est soutenue qui a été celle du marché bio toutes ces dernières années a aussi provoqué l'augmentation de la concurrence par les prix et l'anonymat des produits bio ressenti par les consommateurs. L'arrivée d'acteurs commerciaux plus grands et plus professionnels confère au marché bio une pression de concurrence qui est en augmentation parce que le comportement commercial est maintenant davantage guidé par le prix et la quantité que par des relations commerciales régionales, durables et empreintes de confiance. Une discussion sur les valeurs qui fondent l'agriculture biologique a émergé ces dernières années dans l'espace germanophone. La notion de «commerce équitable» ne se rapporte donc plus seulement à des produits venant des pays pauvres, mais aussi à la filière commerciale dans notre pays.

## Bio, régionalité et équité à Zofingue

Les personnes intéressées par le complexe thématique du bio, de la régionalité et de l'équité se sont retrouvées le samedi 20 juin à l'Hôtel de Ville de Zofingue (pendant le BioMarché) pour le 9<sup>ème</sup> Sommet Bio, organisé par Bioforum Schweiz et par l'Association pour la biodynamie. Après avoir écouté les présentations des concepts actuels de Bio Suisse et de Demeter, les quelque 30 participants ont discuté des possibilités d'implanter la solidarité et l'équité du début à la fin de la filière commerciale.

Quelques preneurs de licences Bourgeon se sont aussi retrouvés l'après-midi du même jour pour participer à un atelier organisé par Bio Suisse pour recueillir le point de vue de la transformation et du commerce.

Les propositions pour le code de conduite ont aussi été discutées et développées avec les président-e-s des organisations membres et des commissions lors de la Conférence des Présidents du 17 juin.

js

Bio Suisse a mis cette question sur la table l'année passée lors de la discussion sur son nouveau Concept directeur, et elle a reconnu qu'elle en est une partie importante. Le Cahier des charges contient d'ailleurs, depuis la discussion sur les normes sociales, le titre d'un chapitre sur le commerce équitable dont le texte n'est pas encore formulé et qu'il s'agit maintenant d'élaborer concrètement.

Le Bourgeon n'est pas seul dans cette démarche. Il y a aussi à l'étranger des projets qui cherchent à concevoir des filières régionales plus équitables ou même qui ont déjà réussi à en franchir les premières étapes. En Allemagne par exemple, l'Upländer Bauernmolkerei a réalisé avec succès en 2005 son idée d'imposer un prix équitable pour le lait. Le consommateur y paie 5 cents de plus par litre de lait qui sont entièrement reversés directement au producteur. Au niveau national, la fédération anglaise d'agriculture biologique Soil Association a élaboré depuis 2003 des «Ethical Trade Standards» complets qui imposent aussi bien des conditions de travail équitables que la durabilité, la transparence et des prix équitables. Cela permet de certifier dans toute l'Angleterre un produit comme étant «commercialisé de manière équitable». Avec leur projet «BioRegio Zentralschweiz», les organisations d'agriculture biologique de la Suisse centrale ont choisi une approche régionale qui inclut aussi des critères d'équité. Les bases d'une filière de valorisation régionale transparente dotée de relations commerciales durables et d'une propre plateforme de commercialisation ont pu être jetées grâce à l'engagement et à l'initiative des paysans. Il semble judicieux de ne pas choisir une «approche dure» avec de nouvelles directives détaillées pour élaborer ce code de conduite, mais de favoriser la coopération et l'optique partenariale entre les acteurs de la filière Bourgeon en Suisse. L'option assez «douce» d'un code de conduite pourrait comporter à moyen terme des avantages comme l'améliora-



Photo: Max Havelaar Schweiz

Le café, un produit classique du commerce équitable. Séchage de la récolte dans la coopérative péruvienne La Florida.

tion de l'efficacité de la communication et des négociations de prix. Du côté des consommatrices et des consommateurs, la demande de produits commercialisés de manière équitable et transportés sur de courtes distances augmente sans cesse. Et enfin, dans le contexte du libre-échange, le commerce équitable pourrait offrir la possibilité de se profiler avec une identité basée sur la qualité.

Jörg Schumacher, Bio Suisse

## Participez!

Les acteurs de la filière commerciale du Bourgeon doivent être le plus nombreux possible pour formuler ensemble des propositions pour les règles de comportement équitable qui devront ensuite être acceptées et appliquées par tous les partenaires commerciaux. Ces propositions seront en effet d'autant meilleures et plus réalistes que vous vous engagerez plus à fond dans ce processus. Si les discussions actuelles sur le commerce équitable en Suisse vous interpellent et que vous avez envie de faire partie du groupe de travail, le mieux est de vous annoncer par courriel à Jörg Schumacher: joerg.schumacher@bio-suisse.ch.

js

# «Politique envers les discounters»: Les nouveaux articles du Cahier des charges

L'Assemblée des délégués de Bio Suisse a introduit le 22 avril dans le chapitre 10 «Directives pour la commercialisation» de son Cahier des charges trois nouveaux articles sur la politique envers les discounters qui entrent en vigueur le 1<sup>er</sup> juillet 2009. Ces nouvelles règles empêchent les produits discounts, mais pas les produits de marque, d'être vendus avec le Bourgeon.

Voici le texte des trois nouveaux articles du Cahier des charges:

**§ 10.2.1** Les preneurs de licences qui commercialisent leurs produits sans nom de marque protégé ne vendent leurs produits ni dans la filière discount ni dans des lignes de produits qui se positionnent par des prix bas. Pour les produits avec marque protégée, c'est la marque qui doit dominer la présentation commerciale et non le Bourgeon.

■ Qu'est-ce qui change à partir du 1.7.2009 pour les preneurs de licences Bourgeon? Ils ne peuvent plus fournir de produits Bourgeon au canal discount sauf s'il s'agit de produits de marque sur lesquels le Bourgeon est utilisé comme un label.

Exemples:

- › Permis: Lait Emmi avec le Bourgeon.
- › Pas permis: Lait Bourgeon de la laiterie XY.

**§ 10.2.2** Les producteurs sont libres de livrer de la marchandise Bourgeon aux personnes qui leur en demandent. Toutefois, chez les discounters, cette marchandise ne peut être désignée et pro-

mue avec le Bourgeon auprès des consommateurs que si Bio Suisse a explicitement donné son accord.

■ Qu'est-ce qui change à partir du 1.7.2009 pour les producteurs Bourgeon? Ils peuvent livrer leurs produits aux discounters, mais ils ne peuvent pas utiliser le Bourgeon s'ils les emballent ou les étiquettent pour la vente.

Exemples:

- › Permis: Un producteur vend ses légumes à un discounter qui les vend en vrac comme légumes bio.
- › Pas permis: Un producteur vend ses légumes à un discounter après les avoir emballés dans des sachets portant le Bourgeon.
- › Cas spécial: Les œufs peuvent continuer d'avoir le tampon Bourgeon même s'il est prévu de les vendre dans le canal discount.

**§ 10.3.1** Les producteurs ne peuvent participer à d'importantes campagnes publicitaires bio qu'après discussion avec Bio Suisse.

■ Qu'est-ce qui change à partir du 1.7.2009 pour les producteurs Bourgeon? Les producteurs à qui des acheteurs demandent de participer à des campagnes publicitaires doivent tout d'abord en avertir Bio Suisse pour qu'elle puisse empêcher que des affirmations erronées soient publiées et que des productrices et producteurs Bourgeon soient mal utilisés à des fins publicitaires.

Les collaborateurs de Bio Suisse vérifieront le respect de ces exigences par des contrôles réguliers des médias et des magasins. Aucune sanction n'est prévue pour le moment. Néanmoins, si des producteurs ou des preneurs de licences Bourgeon devaient contrevenir de manière répétée à ces règles, ce serait en fin de compte un juste motif de résiliation.

Jacqueline Forster et Hans Ramseier, Bio Suisse

## Autorisation limitée pour les granulés anti-limaces

Les producteurs de Bio Suisse peuvent utiliser les antilimaces ferrugineux Ferramol et Adalan depuis le 1.1.2008. Un long article a été publié à ce sujet dans le bio actualités 1/2008 (page 17, cf. encadré en bas à gauche). Nous répétons ici les restrictions d'utilisation imposées par la Liste des intrants du FiBL pour ces produits qui contiennent du phosphate de fer:

- Légumes et grandes cultures: Traitement pendant au maximum deux semaines après la plantation ou la levée.
- Grandes cultures: Utilisation permise seulement dans le colza, le tournesol

et les betteraves sucrières et fourragères.

- Autres cultures: Pas de limitation spécifiques.
- Toutes les cultures (y. c. production de plants): Utiliser les bonnes techniques d'épandage et respecter les périodes d'application pour éviter toute présence de résidus de granulés anti-limaces sur les produits prêts à la vente.

Source: Liste des intrants 2009, page 11.  
Sur Internet: [www.bioactualites.ch](http://www.bioactualites.ch) → Les directives bio

Christoph Fankhauser, Bio Suisse



# Martine Sanchini, le «Topinambour», 1006 Lausanne

A 63 ans, Martine Sanchini est la gérante du Topinambour, le plus ancien magasin bio de Lausanne. Mariée et mère d'un jeune homme de 26 ans, elle partage son temps entre le magasin et la lecture. Après avoir travaillé dans des domaines aussi divers que le cinéma, l'édition et les galeries de peinture, elle s'est rapprochée du bio à la naissance de son fils. Au Topinambour, elle marche sur les traces d'un groupe de militants écologistes qui, en 1978, a fondé le magasin sous forme de coopérative.

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

Parce que c'est vivant!

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

Pratiquement tout est bio. Je dirais 99% des produits. Mais il nous arrive aussi d'avoir des produits non certifiés que l'on prend parce qu'on connaît les producteurs. Ou bien parce que la certification est en cours, c'est le cas des bananes d'Ouganda.

## 3 Les clients sont-ils particulièrement critiques?

Ils donnent leur avis, oui, mais le plus souvent ils nous font des compliments. Le magasin existe depuis 1978. Pendant toutes ces années nous avons gagné du terrain grâce à la qualité des produits, à la saveur des fruits et des légumes qui sont souvent meilleurs que les produits bio des grandes surfaces. Nous sommes gagnants parce que nous travaillons avec de petits producteurs. Ils accordent en effet plus de soin à leurs légumes. Nos paysans ne font pas de cultures intensives sur de grandes surfaces. À mon avis ce type de culture ne donne pas les meilleurs produits. Les petits producteurs accordent plus d'importance à la rotation des cultures. C'est bon pour la terre et pour le goût des produits.

## 4 Devez-vous faire beaucoup de conseil?

Oui. Des conseils d'ordre diététique souvent. La plupart des questions portent sur la consommation des produits: comment les cuisiner et quand les consommer. On nous demande aussi des recettes parce qu'on a des légumes anciens qui resurgissent comme le topinambour, le salsifis, le panais ou le raifort. On peut aussi citer le potimarron, qui est devenu un grand classique.

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

Oui, ils sont de plus en plus attentifs à cela. Mais il y a beaucoup de contradictions. On a investi dans des sacs recyclables en maïs qui finissent par être utilisés comme des sacs en plastiques traditionnels. Les gens en demandent un à chaque fois et les accumulent. On aurait voulu que nos clients commencent à venir avec leurs paniers, mais il y a souvent un discours de bonne conscience. Il y a donc encore beaucoup à faire pour arriver à mettre les bonnes intentions en pratique.

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

Avant tout pour leur santé, je pense. À nous de rappeler cet autre aspect du bio qu'est le respect de l'environnement.

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

Nous avons un peu de tout. Des DINKS qui sont surtout des jeunes hommes, des LOHAS aussi, et bien sûr des LOVOS qui

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. C'est un sous-groupe des LOHAS qui fait le choix d'un mode vie plus authentique, plus simple. 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.



Photo: Blandine Levite

Martine Sanchini devant le «Topinambour», le plus ancien magasin bio de Lausanne.

sont nos préférés! On a bien sûr aussi des clients occasionnels et des hédonistes – tant hommes que femmes.

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

On les attire surtout par le charme du magasin, qui est une épicerie authentique et chaleureuse où nous avons la chance d'avoir de la place. Les gens viennent parce qu'ils ont entendu parler de nous par bouche à oreille. Nous ne faisons pas de publicité. Le fait que nous ayons un assortiment très complet joue également un rôle. Les clients n'ont pas besoin de courir partout.

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

On ne fait rien du tout. Chacun est maître de son choix, et on ne retient personne.

Interview: Blandine Levite

## Un jardin bio sur son balcon: la TSR démontre

Après avoir bricolé écolo l'année dernière, ABE (l'émission «À Bon Entendeur») va jardiner bio cet été et vous apprendre à réaliser un «micro-jardin» sur votre balcon ou votre terrasse. Avec du soin et un minimum de connaissances, faire pousser des légumes, des fruits et même des fleurs comestibles sans une goutte de pesticides de synthèse et sans une once d'engrais artificiels, c'est possible!

ABE a travaillé en collaboration avec le FiBL, l'Institut de recherche de l'agriculture biologique, pour vous offrir ce cadeau d'été très vert. Des conseils de pro sur un balcon extraordinaire à Lausanne, complétés par des reportages dans toute la Suisse. «Du monde au balcon»: C'est bon, c'est beau et c'est bio. Impossible de mieux dire!  
comm./jf



Photo: TSR1

## Une marche contre les manipulations génétiques

L'initiative «Semer l'Avenir!» a tellement marqué au moins un de ses participants qu'il manifeste lui aussi activement pour une agriculture sans manipulations génétiques: Isidor Steinemann d'Arlesheim BL, un élève de onze ans de l'École Steiner de Birseck, a décidé d'exprimer sa protestation pendant les vacances d'été par une marche de Bâle à Berne. Ses parents le soutiennent dans son entreprise et l'aident à la préparer. L'itinéraire a déjà été reconnu et le gîte est déjà organisé dans des fermes.

Isidor ne veut cependant pas être seul à marcher, et il se réjouit de tous ceux qui voudront l'accompagner même si ce n'est que pour un petit bout de chemin.

➤ La marche commencera le dimanche 28 juin à Unternehmen Mitte à Bâle et se terminera le samedi 4 juillet devant le Palais fédéral à Berne. Inscriptions et renseignements:

Isidor Steinemann, Stollenrain 2, 4144 Arlesheim, tél. 061 701 67 30.

## Centre Bio du Schwand: Un nouveau concept financier

L'école suisse d'agriculture biologique qui fonctionne actuellement sur le domaine bernois du Schwand devrait pouvoir être maintenue. En présentant un plan B au Canton, Bio Schwand AG veut prendre un nouveau départ pour reprendre les bâtiments non agricoles de l'ancienne école d'agriculture. Le projet avait capoté en été 2008 à cause du désistement d'un investisseur. On a déjà réuni un million de francs sur le million et demi de capital propre exigé, écrit Bio Schwand dans un communiqué de presse. Elle cherche activement les 500 000 francs qui manquent encore. Le projet pourra redémarrer si l'OIC, l'Office des immeubles et des constructions du canton de Berne, se joint au concept. Cela permettrait aussi de continuer l'École Bio proposée depuis deux ans par Bio Suisse, Demeter et le FiBL.  
comm./lid

## Prix environnemental pour Andermatt Biocontrol

Le groupe Andermatt de Grossdietwil a gagné le prix environnemental de la Fondation Albert Koechlin (AKS). Ce prix est doté de 40'000 francs. Créé en 1986 par les étudiants Martin et Isabel Andermatt, le groupe Andermatt emploie maintenant 80 personnes. On y produit des produits phytosanitaires biologiques, des plantes résistantes et des insectes auxiliaires. Le groupe comprend les entreprises Biocontrol (cultures professionnelles), Biogarten (jardiniers amateurs), Biovet (santé animale) et Service AG. L'AKS écrit à propos de l'attribution du prix que le groupe Andermatt a fourni d'immenses prestations dans le domaine de la protection phytosanitaire biologique et dans celui du développement durable de l'agriculture et de l'horticulture. Avec les plus sincères félicitations de Bio Suisse!  
lid/jf

## Du fromage bio de l'Engadine pour l'Allemagne

Alpinavera, Biomilchpool, Bio Grischun et la Latteria Engadinai SA (LESA) ont cherché ensemble en Allemagne de nouveaux créneaux commerciaux pour les fromages bio de l'Engadine. Dennree, le plus grand distributeur de produits bio d'Allemagne, a mis l'Engadine bio à son assortiment. La LESA compte écouler ainsi plusieurs tonnes de fromage cette année déjà.

C'est à la foire BioFach de Nuremberg, à laquelle Alpinavera participait à l'instigation de Bio Grischun, qu'elle a arrangé en 2008 les premières discussions entre la LESA et la responsable des achats de Dennree.  
comm.

Photo: zVg



## O SOLE BIO – Un nouveau marché bio à Zoug

Pour la première fois, les organisations bio de Suisse centrale se regroupent pour organiser un grand marché bio à Zoug. En effet, les organisations membres de Bio Suisse des cantons de Lucerne, de Nidwald, d'Obwald, de Schwyz et d'Uri veulent mettre sur pied – plus précisément sur la Place de la Landsgemeinde de Zoug – «une fête des couleurs, des parfums, des expériences, des coutumes». Promesse d'une réussite: il ne reste que quelques stands à attribuer à des entreprises agricoles de Suisse centrale ainsi qu'à des commerçants



ancrés dans la région. Les organisations non commerciales

des secteurs de l'écologie, du développement durable, de l'alimentation saine et des méthodes alternatives sont aussi les bienvenues.

Les organisateurs cherchent encore des auxiliaires pour le montage, la présence sur place et le démontage. Les jeunes gens des familles paysannes pourront travailler dans la cantine de la fête pour se faire de l'argent de poche.

Et les sponsors sont les bienvenus: il y a encore de très nombreuses possibilités de se faire connaître!

■ Contact: Maya Probst Helfenstein, Présidente des Luzerner Biobauern, Oberhasli, 6032 Emmen, tél. 041 260 21 71, courriel [helfensteinbio@bluewin.ch](mailto:helfensteinbio@bluewin.ch)

Dates clés: Samedi 29 août, 8.00–18.00 et dimanche 30 août, 10.00–17.00 sur la «Landsgemeindeplatz» de Zoug en pleine vieille ville et au bord du Lac de Zoug.

[comm./mb](http://comm./mb)



Photos: zVg

## Les meilleurs magasins bio du pays ont été primés

Les magasins bio jouent un rôle important sur le marché suisse des produits bio: ils ont réalisé en 2008 un chiffre d'affaires de 225 millions de francs, ce qui représente environ 16 % du chiffre d'affaires global de 1,44 milliard de francs réalisé avec les produits bio dans notre pays. Après les deux grands distributeurs Coop et Migros, les magasins spécialisés sont la troisième force importante du marché biologique suisse. Leurs points forts sont surtout leur proximité avec la clientèle, le conseil professionnel ainsi qu'un assortiment plus facilement modulable. Ce sont justement ces avantages que Bio Suisse, Demeter, Biopartner, Biofarm et Morga, qui sont à l'origine du prix «Magasin BIO de l'année», désirent continuer de renforcer.

Dans la catégorie des «plus de 150 mètres carrés», le magasin bio «Buono» de Brugg vient en tête pour la deuxième fois consécutive, et dans la catégorie «moins de 150 mètres carrés» c'est le «Natlurlade» de Wald, dans le canton de Zurich, qui a été distingué par le premier prix.

Vingt-sept magasins bio (environ 15 % des magasins bio de Suisse) ont participé au concours du Magasin BIO 2009. C'est un jury indépendant qui a choisi les gagnants en se basant sur une enquête de satisfaction de la clientèle que chaque candidat avait dû réaliser. Cette enquête demandait aux clients de juger le choix et la qualité des produits bio proposés dans le magasin, mais aussi la compétence et l'amabilité du personnel de vente ou la présentation des produits dans les magasins. L'image que le jury pouvait se faire de cette manière a été complétée par le dossier envoyé par les participants ainsi que par des visites surprises dans les magasins candidats.

Les autres nominés qui ont reçu une distinction sont les magasins «Yardo» de St-Gall, «Der Laden» de Laufen, «Bio Veritas» de Zoug et «Zur Insel» de Rheinfelden. Les certificats leur ont été distribués lors de la foire interne de Bio Partner Schweiz AG à Seon.

De plus amples informations se trouvent sur [www.bio-suisse.ch](http://www.bio-suisse.ch) et [www.bio-plus.ch](http://www.bio-plus.ch).

comm.

## Foire Éco Bio d'Alsace: La Suisse pays invité

Avec ses 400 exposants et ses 40000 visiteurs, la Foire Éco Bio est bel et bien le plus grand marché bio de France. La représentation suisse a pu se présenter lors de l'inauguration officielle, un stand avait été mis à notre disposition, et le mouvement biologique suisse a été mentionné dans divers documents.

François-Philippe Devenoge de Bio Suisse et Franziska Ruchti de Demeter ont été efficacement secondés par des productrices et des producteurs de Suisse romande ainsi que par Sativa Rheinau.

Le stand suisse faisait déguster et vendait du fromage, de la viande et du

vin. Les fromages à pâte dure ont été spécialement bien appréciés et bien vendus. Nous avons aussi pu informer de très nombreux visiteurs, qui ont trouvé que le principe de la globalité des fermes bio cher à la Suisse est décidément des plus crédibles. Cela nous a montré que le prix n'est pas le seul facteur décisionnel et que nos produits peuvent se vendre à l'étranger s'ils sont clairement positionnés pour leur qualité.

Après cette expérience positive, la représentation suisse prévoit d'y retourner l'année prochaine.

Franziska Ruchti, Demeter

Photo: Thomas Alföldi



# Référendum lancé contre le Cassis-de-Dijon

Mais c'est bon, le cassis de Dijon! Dans un verre certainement, avec ou sans vin blanc ou champagne... délicieux, même. Mais dans un texte de loi, c'est une toute autre affaire. Les défauts et les enjeux de cette modification de la loi sont tels que les risques d'aller totalement à fin contraire ont semblé assez grands pour lancer un référendum.

**B**erne, 23 juin 2009. Le diable étant come toujours dans le détail, il fallait être très attentif pour se rendre compte que l'application de ce fameux principe d'équivalence, telle qu'elle est prévue, risque bel et bien de ruiner tous les efforts consentis dans notre pays depuis des décennies dans tous les secteurs industriels, agricoles et agroalimentaires pour imposer des normes techniques, environnementales et sociales dignes de nos préoccupations de qualité, de propreté et de responsabilité.

Emmené par La Vrille, un comité référendaire a lancé ce référendum le 23 juin 2009 à Berne. L'intérêt de la démarche est

sans aucun doute triple: premièrement lancer et susciter un débat politique qui n'a – bizarrement? – pas encore eu lieu alors que les enjeux sont énormes, deuxièmement nous faire reprendre conscience de l'importance de nos normes spécifiquement suisses même si elles renchérisent nos produits, et troisièmement empêcher les autorités de jeter aux cassons des acquis suisses qui ne sont certainement de loin pas totalement étrangers à notre prospérité.

## L'avis du comité référendaire

Les modifications apportées à la LETC (Loi sur les entraves techniques au commerce, RS 946.51) sont très importantes. Elles suppriment la raison d'être de nos normes, elles réduisent à néant notre volonté d'excellence et vont soumettre nos producteurs, industriels ou agricoles, à une pression encore plus forte. C'est la concurrence déloyale que l'on renforce une fois de plus.

Ce que l'on s'est gardé de communiquer, c'est que ce ne sont pas seulement les produits de la proximité européenne qui sont visés. Le nouveau chapitre 3a qui précise les conditions de la mise sur le marché de produits fabriqués conformément à des prescriptions techniques étrangères nous apprend sous dispositions générales que:

Art. 16a Principe:

- 1 Les produits peuvent être mis sur le marché aux conditions suivantes:
  - a. Ils satisfont aux prescriptions techniques de la CE et, lorsque le droit de la CE n'est pas harmonisé ou ne fait l'objet que d'une harmonisation incomplète, aux prescriptions techniques d'un État membre de la CE ou de l'espace économique européen (EEE).
  - b. Ils sont légalement sur le marché de l'État membre de la CE ou de l'EEE visé à la let. a.

On constate qu'il s'agit des produits conformes aux prescriptions techniques de la CE. Dans ce débat, on nous a sans cesse fait croire qu'il s'agissait de produits

européens uniquement. C'est une grave, pour ne pas dire volontaire, omission dans la communication.

Les mesures d'accompagnement ne sont que de la poudre aux yeux. Il suffit de lire l'art 16b, qui permet à la production suisse de produire selon les normes européennes pour empêcher la discrimination. Adieu nos normes! La banalisation de notre production la fragilisera encore plus sur le marché face aux grands groupes européens. Dans certains cas, il est même autorisé de mettre les informations sur les produits dans une autre langue que nos trois langues officielles... Et le régime d'autorisation est formulé de manière à rendre obligatoire la délivrance rapide (2 mois) de ces dernières qui ont, cerise sur le gâteau, une portée générale ...

## En pratique

Lancé le 23 juin 2009, ce référendum doit recueillir 50 000 signatures valables en 100 jours pour aboutir, c'est-à-dire jusqu'au 1<sup>er</sup> octobre 2009, les feuilles de signatures devant être envoyées au plus tard le 15 septembre 2009 au comité référendaire: Référendum contre la loi sur les entraves techniques au commerce, Case postale 3115, 2303 La Chaux-de-Fonds. Tous les secteurs de l'économie étant concernés, ça doit marcher, mais tous les efforts comptent! Le vôtre aussi! Les feuilles de signatures peuvent être téléchargées sur [www.lavrille.ch](http://www.lavrille.ch) ou commandées à la même adresse que ci-dessus. Pour tout renseignement: [Lavrille.ch](http://Lavrille.ch), 1242 Satigny, tél. 079 626 08 25, courriel [willy.cretegny@lavrille.ch](mailto:willy.cretegny@lavrille.ch) comm/mp

## N.B.: Bio Suisse ne soutient pas le référendum.

*Le référendum est à ce jour soutenu par Uniterre ([www.uniterre.ch](http://www.uniterre.ch)), Les Verts alternatifs de Berne, le Bäuerliches Zentrum Schweiz, Horizon et Débats ([www.horizons-et-debats.ch](http://www.horizons-et-debats.ch)) et l'association BioConsommActeurs ([www.bioconsommacteurs.ch](http://www.bioconsommacteurs.ch)).*

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](http://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](http://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](mailto: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](mailto:erika.bayer@fibl.org)

## Juste et important

À propos de l'article «Chaux et chanvre contre feu bactérien et autorités», bio actualités n° 4/2009

» C'est avec grand intérêt que j'ai lu l'article «Chaux et chanvre contre feu bactérien et autorités». Je trouve qu'il est juste et important de rechercher des alternatives aux épandages d'antibiotiques dans les vergers. Et pas seulement pour l'agriculture biologique. En tant que consommatrice, le fait qu'on trouve des résidus d'antibiotiques dans les pommes – contrairement à ce qu'on prétendait auparavant – me laisse songeuse. Et le fait que même les arboriculteurs les plus critiques refusent d'abandonner sans rien faire leurs arbres à cette terrible bactérie

est évidemment plus que normal. Je salue leur initiative spontanée d'un grand coup de chapeau, et je souhaite que ces traitements débouchent le plus rapidement possible sur des résultats positifs scientifiquement prouvés.

Johanna Bernet, Fehraltorf ZH

## Une initiative digne d'éloges

À propos de l'article «Chaux et chanvre contre feu bactérien et autorités», bio actualités n° 4/2009

» Je félicite Christoph Meili et ses collègues pour leur engagement en faveur de méthodes alternatives de lutte contre le feu bactérien! Il faut pour cela

des ressources que les concernés doivent fournir eux-mêmes en mettant énormément de cœur à l'ouvrage. C'est vraiment digne de grands éloges!

Nous espérons que ce projet réalisé en collaboration avec Bio Suisse et le FiBL sera couronné de succès. Une expérience nous permet d'être confiants:



L'homme a toujours perdu toutes ses luttes CONTRE la nature, et ce n'est qu'AVEC la nature que nous pouvons trouver des solutions écologiquement défendables. C'est dans ce sens que Grüne Thurgau –Thurgovie Verte, n.d.t. – vous assure de son indéfectible soutien.

Urs Oberholzer-Roth, Président de Grüne Thurgau, Romanshorn TG

## GASTRONOMIE

Les repas gastronomiques «Accord mets-vins» au Domaine La Capitaine

### Dates et horaires

- » Vendredi 18 septembre, 19.30, «Accord mets-vins»
- » Vendredi 23 octobre, 19.30, «Accord mets-vins»
- » Samedi 31 octobre, 19.30, «Repas sushis»
- » Vendredi 20 novembre, 19.30, «Accord mets-vins»
- » Vendredi 4 décembre, 19.30, «Accord mets-vins»

### Lieu

Domaine La Capitaine, En Marcins, 1268 Begnins, Vaud

### Programmes

- » «Accord mets-vins»: Apéritif et repas gastronomique en accord

avec les vins du domaine.  
» «Repas sushis»: Apéritif et repas japonais en accord avec les vins du domaine.

**Renseignements et inscriptions**  
Domaine La Capitaine, Famille Reynald Parmelin, tél. 022 366 08 46, courriel info@lacapitaine.ch, www.lacapitaine.ch

## PORTES OUVERTES

Portes ouvertes au Domaine La Capitaine

### Dates et horaires

- » Samedi 12 septembre, 10.00 – 17.00
- » Samedi 7 et dimanche 8 novembre, 10.00 – 17.00
- » Samedi 28 novembre, 10.00 – 17.00

### Lieu

Domaine La Capitaine, En Marcins, 1268 Begnins, Vaud

### Programme

Dégustation de tous nos vins biologiques (entrée libre) et petit encas à midi (sur réservation)

**Renseignements et inscriptions**  
Domaine La Capitaine, Famille Reynald Parmelin, tél. 022 366 08 46, courriel info@lacapitaine.ch, www.lacapitaine.ch

## ASSEMBLÉES GÉNÉRALES

Assemblée générale de l'Association pour la biodynamie

### Date et horaire

Dimanche 5 juillet, 10.15, accueil dès 09.45 avec café et tresse au beurre

### Lieu

Restaurant Kreuz, 4576 Tscheppach

### Programme

- » Le matin: partie officielle et repas au restaurant Kreuz à Tscheppach
- » L'après-midi, visite de la ferme très diversifiée de Regula et Niklaus Bolliger à Hessigkofen. À part le bétail, les cultures maraichères et de l'arboriculture, un très intéressant point fort: le programme de sélection de pommes «Poma Culta».

### Organisation

Association pour la biodynamie

### Renseignements

Association pour la biodynamie, Stollenrain 10, Postfach 344, 4144 Arlesheim, tél. 061 706 96 43, courriel info@demeter.ch, www.demeter.ch

### Votre inscription

Pouvez-vous accueillir un événement Semer l'Avenir! dans votre ferme? Ou peut-être êtes-vous, en tant que consommateur-trice et/ou partenaire, en relation avec une ferme de votre région où vous pourriez participer à l'organisation d'un événement Semer l'Avenir!

De plus amples informations et des photos se trouvent sur [www.avenirsem.ch](http://www.avenirsem.ch).

- » Ueli Hurter, 2037 Montézillon, tél. 079 339 51 56, courriel ueli.hurter@aubier.ch
- » Peter Kunz, 8634 Hombrechtikon, tél. 055 264 17 88, courriel getreidezuechtung@peter-kunz.ch

## Appel pour Semer l'Avenir! en automne 2009

Nous sommes à la recherche de fermes, de personnes, d'organisations qui peuvent réaliser ou soutenir un Semer l'Avenir! en automne...

Chaque ferme peut accueillir un événement Semer l'Avenir! Les conditions suivantes devraient être remplies:

- » La ferme met à disposition un champ de 20 à 30 ares.
- » La semence: On utilisera si possible des semences de sélection biodynamique.
- » La ferme mobilise environ 100 participants de sa région. Personne n'est trop petit pour participer!
- » Si possible, inclure Semer l'Ave-

nir! à une fête à la ferme.

- » La ferme obtient la participation active d'une personnalité connue du public.
- » Avant le semis, une allocution introductive et explicative sera prononcée.
- » Semer l'Avenir! se déroule avec tous les participants ensemble et en même temps. Semer l'Avenir! peut être inclus dans une fête à la ferme ou autre manifestation.

Des actions communes avec un ou plusieurs partenaires régionaux, avec d'autres fermes, avec des organisations de consommateurs, de protection de l'environnement, écoles, etc. peuvent donner plus de poids à la manifestation. L'initiative Semer l'Avenir! est re-

présentée par ses initiateurs Ueli Hurter et Peter Kunz ainsi que par les fermes qui ont déjà réalisé un Semer l'Avenir! Les initiateurs sont responsables du développement du projet, de la communication et de la représentation à l'extérieur. L'Initiative fournit aux fermes les prestations suivantes: La formation et le conseil pour la réalisation pratique de ce semis communautaire, les sources pour la semence, les casquettes servant de récipient pour les grains pour tous les participants, les T-shirts pour tous les auxiliaires, un tableau où tous les semeurs peuvent apposer leur signature et la communication de base – prospectus, site internet, présentation dans des foires et des marchés.



**Mühle Rytz AG**

*Agrarhandel und Bioprodukte*

**Votre partenaire bio**

## Céréales bio

En tant que plus grand Centre collecteur de céréales bio à l'ouest de Berne, nous vous offrons les meilleurs prix pour vos céréales fourragères bio. Demandez-nous une offre!

Nous collectons:

- Céréales panifiables
- Céréales fourragères
- Colza, soja, lin etc.

Jusqu' à CHF 5.-/100 kg de prix supplémentaire pour les céréales fourragères en contre-affaire avec les aliments.

Nous vous conseillons volontiers:

Mühle Rytz AG, 3206 Biberen, Tél. 031 754 50 00

[www.muehlerytz.ch](http://www.muehlerytz.ch), [mail@muehlerytz.ch](mailto:mail@muehlerytz.ch)

et votre conseiller régional  **PROVIMI KLIBA**

**hosberg AG**

*Bio Eierhandel*

8630 Rüti 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  
trouvez des informations actuelles  
pour les clients et les fournisseurs!

  
kagfreiland

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

**B I O**  
SUISSE

**AZB**  
**CH-5070 Frick**

**PP Journal**  
**CH-5070 Frick**

Veuillez s.v.p. communiquer la nouvelle adresse