

"Bio Français Equitable" : la Fnab lance un nouveau label

Pour contrer la communication tous azimuts de la grande distribution sur les produits bio et tenter d'empêcher une chute des prix, les agriculteurs bio musclent leur offre avec un label équitable qui garantit la rémunération des producteurs.

Le label "bio français équitable" (BFE) lancé par la Fédération de l'agriculture biologique (Fnab) garantit aux consommateurs des légumes biologiques produits en France et un prix rémunérateur aux agriculteurs bio, reprenant ainsi les critères de la loi sur l'Economie sociale et solidaire de 2014, qui définit le commerce équitable. "Le marché biologique se développant, l'opportunité s'est présentée de construire des partenariats forts avec des entreprises de l'agro-alimentaire sur une bio qui corresponde à nos valeurs", indique Stéphanie Pageot, secrétaire nationale de la Fnab, dans un communiqué de presse le 18 février.



Le label BFE est issu d'un travail avec le groupe de surgelés Picard qui expérimente le lancement à partir du 2 mars d'une gamme bio et locale distribuée dans ses magasins en Nouvelle-Aquitaine et en Occitanie, avant de peut-être s'étendre. Picard a signé des contrats tripartites avec trois organisations de producteurs bio et un transformateur du Sud-Ouest de la France. "Nous avons cherché à valoriser cet engagement, c'est comme ça que l'idée d'un label est venue", explique Mme Pageot.



Éviter un alignement des prix

"En 2015, avec le changement d'échelle de l'agriculture biologique, on est passé de 7% de croissance annuelle des taux de conversion, à 15-18%. L'agriculture biologique est sortie de sa niche et a été complètement institutionnalisée. Tous les opérateurs s'en sont emparés : la distribution, les opérateurs de la transformation, les institutions, le système bancaire", rappelle à l'AFP Guillaume Riou, président de la Fnab. On a ainsi vu des distributeurs utiliser les produits bio comme produits d'appel en cassant les prix. Or pour les agriculteurs bio, l'important reste d'éviter un alignement de leurs prix vers le bas, ce qui ne compenserait plus les coûts supplémentaires de ce mode de production.

"Le marché alimentaire bio est à un tournant", explique le cabinet d'expertise Xerfi Precepta. "Celui-ci fait toujours preuve d'un véritable engouement avec des ventes en hausse de 14% en 2019 et des perspectives prometteuses d'ici 2022 (+12% par an en moyenne pour s'approcher des 15 milliards d'euros)". Mais "le risque de voir le bio dénaturé de ses valeurs originelles ne cesse de grandir face à l'explosion de la demande et aux offensives des marques conventionnelles et de la grande distribution. Guerre des prix, industrialisation de la production... le marché est sur le point de tomber dans les travers du conventionnel sous couvert de le rendre accessible à tous", souligne le cabinet.

Première "brique"

La Fnab a décidé de contrer ce "risque déflationniste par la massification". "Le commerce équitable a donc été la première brique pour redonner une place importante dans la chaîne de valeur aux agriculteurs face au monde de la transformation et de la distribution et pour satisfaire in fine le consommateur avec un prix qui ne soit pas exagéré", argumente M. Riou.

"Le cahier des charges du règlement européen sur la bio est très adapté à cette phase de transition, mais ça n'englobe pas tout, il y a des tas de questions nouvelles qui sont posées", assure M. Riou en évoquant par exemple la biodiversité, le changement climatique, les dimensions sociales, ou encore la question du bien-être animal. "Il faut qu'on réponde absolument à tout ces enjeux", et pour cela "il faudra ajouter d'autres briques dans le temps" au label bio, car les critères agronomiques de la charte ne suffisent plus.





Et en face, les autres acteurs multiplient les initiatives pour répondre à la demande en aliments sains et éthiques des consommateurs, qui peuvent parfois en perdre leur latin. Les étiquettes fleurissent actuellement sur les produits : outre les traditionnels produits équitables, on trouve le "sans OGM" ou le "sans résidus de pesticide". Carrefour, Galliance (Coopérative Terrena) et les magasins U ont rejoint l'Association étiquette bien-être animal (AEBEA), créée en 2018 par des associations de défense des animaux et le groupe Casino, pour proposer un référentiel et un étiquetage unique sur le bien-être animal.

Lien article : <https://www.pleinchamp.com/actualites-generales/actualites/bio-francais-equitable-la-fnab-lance-un-nouveau-label>

