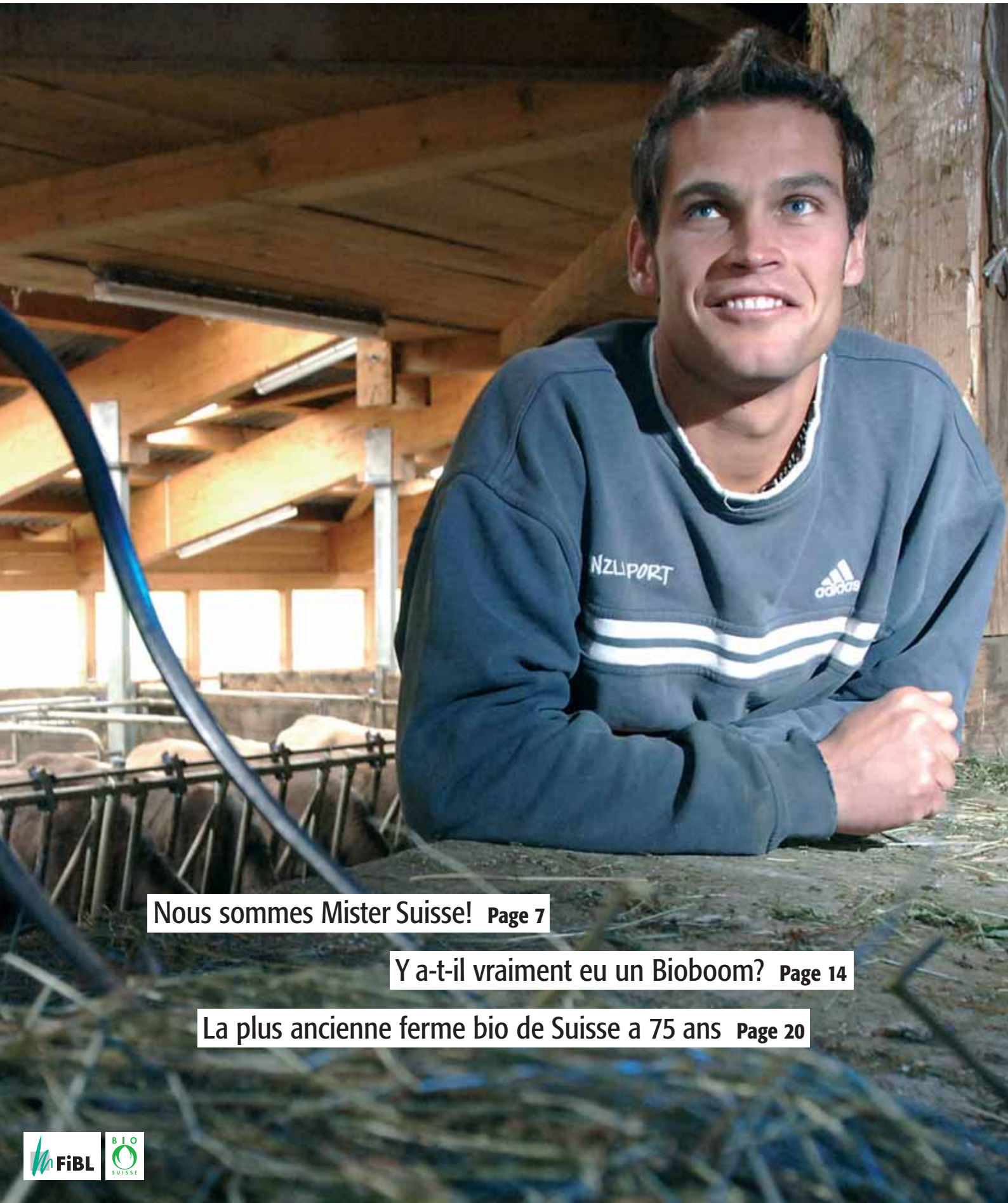


bioactualités

5/05

LE MAGAZINE DU MOUVEMENT BIO

JUIN



Nous sommes Mister Suisse! Page 7

Y a-t-il vraiment eu un Bioboom? Page 14

La plus ancienne ferme bio de Suisse a 75 ans Page 20

hosberg AG

Bio-Eierhandel

Nous sommes votre partenaire pour la commercialisation des œufs bio!

Téléphonez-nous.

Bio-Eierhandel, Neuhofstr. 12, 8630 Rüti ZH
 tél. 055 251 00 20 fax 055 251 00 30
 info@hosberg.ch / www.hosberg.ch



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	natel	079 222 18 33
Franz Steiner, Einsiedeln	natel	079 423 14 62
Jakob Spring, Kollbrunn (pour la Suisse romande)	natel	079 406 80 27

À tous les éleveurs bio de vaches mères!

Nous cherchons:

Fermes avec élevages de vaches mères pour produire des remontes d'engraissement de bonne qualité.

Nous offrons:

Depuis le printemps 2005: génisses Limousin bio F1 sélectionnées et portantes. Commandez-nous les bêtes dont vous avez besoin!

Nous commercialisons:

Remontes d'engraissement bio provenant d'élevages de vaches mères et laitières.

Veaux bio d'étal et veaux bio à sevrer de races laitières et à viande.

Cochons bio, truies bio et porcelets bio.

Vaches de réforme bio.

Téléphonez-nous, nous sommes là pour vous!



Mühle Rytz AG
 Agrarhandel und Bioprodukte

Votre partenaire bio

Céréales Bio
 Peter Rytz s'engage depuis 1981 pour les producteurs de céréales Bio. Il a été le moteur de l'introduction de la prise en charge obligatoire des céréales indigènes pour tous les fabricants Bio. **Avec cette convention, les débouchés et les prix sont assurés à long terme!**

Etant le plus grande centre collecteur Bio de Suisse Romande et du canton de Berne, nous prenons en charge:

- Céréales panifiables, colza, soja
- Céréales fourragères avec supplément de prix en contre-affaire aliments

Nous vous conseillons volontiers

Mühle Rytz AG
 3206 Biberen
 Tél. 031 751 20 22
 www.muehlerytz.ch
 mail@muehlerytz.ch
 et votre conseiller régional

PROVIMI KLIBA

FONDATION LA CLAIRIERE
 Chamby / Fenil-sur-Gorsier / Montreux
 fondée en 1981

Nous cherchons pour notre ferme bio-dynamique:

Un fermier

Activités variées. Entrée: tout de suite ou à convenir.
 Adresse: Fondation La Clairière, CH 1832 Chamby
 Renseignements : +41 (0)21 964 34 53

Actual

Andermatt
Biocontrol AG

Novodor contre les Doryphores

Natural & Pyrethrum FS

CH-6146 Grossdietwil
 Tel. 062 917 50 05 Fax 062 917 50 06
 www.biocontrol.ch e-mail: sales@biocontrol.ch

OGM – On joue avec le feu!

En Suisse, à cause des petites structures de nos exploitations agricoles, la coexistence d'une agriculture sans manipulations génétiques et d'une agriculture transgénique ne peut pas fonctionner. Telle est la conclusion d'une étude faite au FiBL sur mandat du WWF par des biologistes, des spécialistes des flux des marchandises et des créateurs de modèles informatiques.

Les études menées dans les fermes bio ont montré que chaque paysan bio peut avoir jusqu'à 25 voisins dont les champs touchent directement ses propres parcelles.

Il lui faudrait donc négocier avec tous ces gens pour que ses cultures bio ne reçoivent pas de pollen de plantes transgéniques (OGM). Et encore! Vu que le pollen des plantes OGM est transporté bien au-delà des limites des parcelles par le vent et les

insectes, d'autres négociations seraient nécessaires avec d'autres paysans et paysannes, ceux et celles dont les parcelles ne jouxtent pas directement des champs bio. Combien de gens faudra-t-il alors contacter? Habitent-ils dans une autre commune, dans un autre canton?

Dans cette étude, nous sommes partis du fait qu'il ne fallait pas titiller le seuil de tolérance légal de 0,9 % d'OGM dans les cultures bio. En effet, l'agriculture biologique veut pouvoir garantir ce que les consommateurs et consommatrices attendent du bio et des produits bio qu'ils veulent acheter, c'est-à-dire des aliments naturels, des aliments exempts d'OGM.

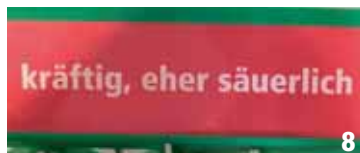
Une étude publiée récemment par la Confédération montre au contraire que la coexistence entre agriculteurs OGM et paysans bio est possible – à condition que chaque paysan bio soit prêt à tolérer une contamination de ses récoltes par 0,9 % d'OGM.

Le commerce bio et l'industrie agro-alimentaire se sont déjà fait depuis longtemps une opinion à ce sujet: aujourd'hui déjà, ils refusent des lots qui pourtant ne contiennent que d'infimes contaminations OGM. Le risque est en effet trop grand de devoir retirer des produits bio du marché s'ils ne prennent pas cette précaution. Rien qu'en Suisse, le marché bio pèse 1,2 milliard de francs par année: personne ne peut plus se permettre de jouer avec la confiance que les consommateurs accordent au caractère naturel des produits bio.

Otto Stich

Otto Stich, Président du FiBL

bioactualités



COMMUNICATION

4 Les marques sont une plus-value

Il n'y a pas de deuxième chance pour faire bonne impression. Voilà pourquoi ça coûte si cher.

ICI ET MAINTENANT

7 Oui, le bio peut être aussi beau que ça!

Enfin Renzo prouve ce que les paysans bio pensaient depuis longtemps: Ils sont les plus beaux.

25 La Rheinau, creuset d'une région sans OGM

Des activistes anti-OGM lancent des deux côtés du Rhin le projet Gen Au.

ARBORICULTURE

8 Quelles sont les meilleures variétés?

Les variétés résistantes à la tavelure sont toujours plus délicieuses. Nouvelle dynamique.

MARCHÉ

12 Ne pas oublier la prospection du marché

L'affiliation obligatoire ne résoudra de loin pas tous les problèmes – il faut développer le marché.

14 Y a-t-il vraiment eu un Bioboom?

Le Bioboom était finalement tout relatif – S'il y en a eu un, tempère Christof Dietler.

PORTRAIT

20 La plus ancienne ferme bio a 75 ans

La plus ancienne ferme bio est l'Oswaldhof à Klarsreuti TG. Visite des lieux.

L'ENVERS DU DÉCOR

22 Voilà pourquoi je suis paysanne bio

Un peu partout, on se demande quelles motivations mènent à l'agriculture biologique.

RUBRIQUES

17 Directives

18 Conseils

16 Consommation

26 Brèves

28 Agenda, Impressum

30 Petites annonces

31 Le dernier mot. Courier des lecteurs

Couverture: Renzo Blumenthal, le nouveau Mister Suisse, dans l'étable de la ferme paternelle à Vella GR.

Photo: Marion Nitsch

Les marques sont une plus-value

C'est bien connu: il n'y a pas de deuxième chance pour faire bonne impression. Et les labels bio n'échappent pas à la règle. Voilà pourquoi le développement et l'ancrage à long terme d'une marque comme le Bourgeon nécessite beaucoup d'argent et d'attention. Même si c'est parfois difficile à saisir, c'est bel et bien la pierre angulaire du succès d'une marque.

Les marques servent à gagner de nouveaux clients et, plus important encore, à conserver les clients actuels et à les lier durablement à l'entreprise. Pour Bio Suisse en tant que marque (ou comme label, suivant les points de vue), cela signifie surprendre ses clients, se les gagner, mais aussi remplir jour après jour toutes les attentes placées dans le Bourgeon. Voilà pourquoi la communication n'est pas une mesure unique mais un processus complexe à long terme.

Bien que la communication revête une grande importance pour Bio Suisse, une marque comme le Bourgeon est bien plus qu'une bonne campagne publicitaire. Les marques recèlent plusieurs niveaux de secrets, et la voie qui mène à une communication réussie est pratiquement impossible à trouver sans une planification soignée.

Le ver ne doit pas plaire au pêcheur, mais faire envie au poisson.

Une marque, c'est quoi?

Quand on entend des noms comme Coca-Cola ou Nivea, on ne se contente pas de les reconnaître et de les relier à des noms de produits, mais on ressent aussi une impression concrète, riche, émotionnelle. Les marques sont des représentations symbolisées, émotionnelles et rationnelles de ce qu'une personne relie à une entreprise, à un produit ou à une prestation. Idéalement, les marques bien gérées sont

devenues des images impossibles à effacer de la tête des consommateurs. Un lait bio avec le logo du Bourgeon ne représente ainsi pas la transformation de fourrages grossiers en lait, mais une grande idée reliée à des émotions.

Cet essai d'explication est peut-être un peu abstrait, mais il montre clairement qu'une marque comme le Bourgeon ne se limite absolument pas à la création et à la diffusion d'un logo. Il s'agit en effet bien plus de «remplir de vie» Bio Suisse et ses prestations particulières (valeur ajoutée bio), à différents niveaux de représentation et dans les canaux de communication les plus divers, et de les rendre sensibles à ceux qui voient le Bourgeon. On ne peut en effet parler de communication réussie que si le groupe-cible relie effectivement à l'émetteur les valeurs qui correspondent à la marque.

Les marques sont une plus-value

Et c'est pourquoi le consommateur est finalement prêt à payer plus cher. Et il n'en va pas autrement pour les denrées alimentaires que pour les cosmétiques ou les autos. Bio Suisse répond d'une qualité bio sans compromis, et, à l'aide de conditions sévèrement contrôlées, elle veille à ce que la clientèle reçoive réellement ce qu'elle attend. Plus une marque est clairement présente et plus ses valeurs sont bien ancrées, plus les consommateurs lui



font confiance et plus ils sont prêts à faire le bon choix et à se payer le meilleur. Les consommateurs déstabilisés achètent bon marché, pas bio!

Il est bien clair que, en des temps où les prix cassés sont tellement en vogue, les arguments forcément moins percutants qui parlent en faveur des aliments bio n'obtiennent pas un succès aussi fulgurant, mais on voit aussi que les marques créées à la va-vite sont très vite balayées par le vent en cas de changement de climat. Nous sommes convaincus que la question des prix, qui pollue actuellement le marché bio, sera de nouveau remplacée par des discussions sur la qualité parce que, si nous avons obtenu les bonnes grâces des consommateurs dans le domaine de la confiance et de la plus-value, c'est justement – entre autres – à cause d'une bonne communication.

Du point de vue de l'identification, le succès d'une marque peut être mesuré par des outils d'étude de marché. De même, l'efficacité et le classement des associations d'idées peuvent être mesurés efficacement par des enquêtes effectuées auprès du groupe-cible. Dans ce domaine, les enquêtes que nous avons régulièrement effectuées montrent que Bio Suisse a très bien fait son travail. Nos consommateurs nous connaissent et ils relient le Bourgeon



Planète bio suisse est un bon exemple de communication réussie.



C'est en utilisant pour les messages de Bio Suisse des illustrations excessives que la publicité parvient à susciter une proximité émotionnelle au sein de la population citadine.

aux émotions souhaitées comme sécurité, confiance, sans chimie.

Cohérence et créativité

Seule la gestion cohérente et continue d'une marque peut amener les consommateurs à lui faire confiance et à être prêts à payer davantage pour ses produits, ce qui signifie que les signaux reçus par l'acheteur potentiel ne doivent pas contenir de contradictions.

Si bonne soit-elle, aucune mesure ne peut suffire à elle seule à établir solidement une marque. Par contre, un mélange adroit, poursuivant le but de véhiculer sur l'entreprise et le label un message uniforme capable de résister à l'examen critique des utilisateurs, permet à long terme d'obtenir une forte perception. Il faut un profil clairement défini pour y arriver.

Contrairement à une opinion largement répandue, la gestion d'une marque ne dépend pas du tout forcément d'un gros budget. Un concept clair et une bonne dose de créativité permettent déjà pas mal de choses. Et c'est justement là où des centaines de marques courtisent les bonnes grâces des consommateurs qu'il ne faut pas imposer de limites aux idées créatives ou aux réalisations inhabituelles, surprenantes et gagnantes. Cela fait maintenant des années que Bio Suisse travaille sa publicité exactement selon ces mécanismes.

Le Bourgeon apparaît toujours et à nouveau avec simplicité, mais de manière surprenante, avec des messages clairs et des signaux attractifs qui impriment la

marque dans les consciences et attirent l'attention sur les messages qu'elle véhicule. Cela implique toutefois de savoir accepter le fait que *le ver ne doit pas plaire au pêcheur, mais faire envie au poisson.*

Et c'est justement dans les régions citadines de notre pays, où on comprend encore tout juste comment le lait est arrivé dans son berlingot, que l'illustration excessive des messages de Bio Suisse revêt toute son importance. Ce n'est en effet que par cette «surdramatisation» que la publicité parvient encore à susciter la proximité émotionnelle qui est nécessaire au véritable succès de la marque.

Un investissement pour le futur

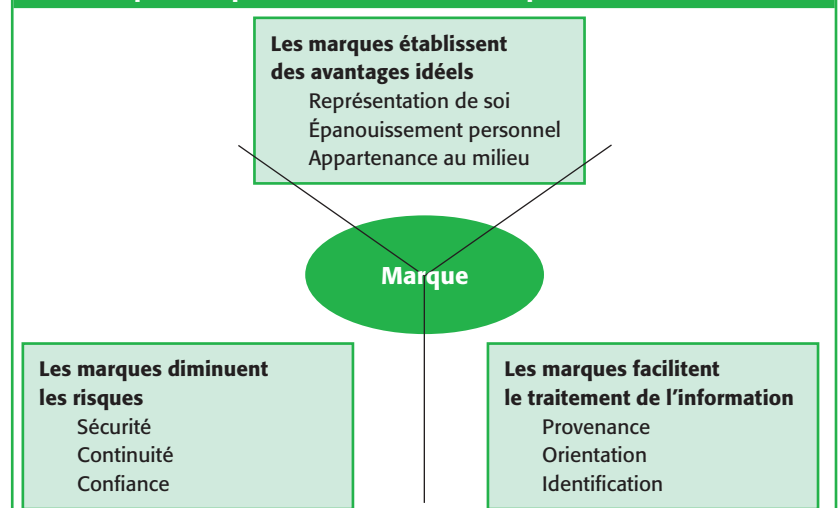
La lutte pour l'acquisition et la fidélisation des consommatrices et des consomma-

teurs ne se déroule ni dans les commissions politiques ni au bistrot, mais bien lors de la confrontation quotidienne dans les rayons des magasins, c.-à-d. là où se jouent en quelques millisecondes d'abord l'interprétation juste ou fausse des signaux, puis les décisions d'achat.

En tant que marque, le Bourgeon – malgré un budget minimaliste par rapport à ceux de la concurrence – se défend bien dans cette dure compétition. Le succès de la marque et son ancrage profond prouvent que la voie choisie est la bonne et que la stratégie suivie est couronnée de succès.

La discussion ne porte donc pas sur la question «marque: oui ou non», mais sur l'intensité de la force avec laquelle nous croyons que le Bourgeon est une marque

Les marques remplissent trois fonctions auprès des consommateurs





Si elle avait recouru à une gentille présentation idéalisée d'un monde parfait, Bio Suisse serait moins bien profilée qu'elle ne l'est aujourd'hui.

saine, et encore sur la valeur que nous lui attribuons pour l'avenir. Ce n'est en effet que si la plus-value du Bourgeon est ancrée dans les têtes et les cœurs des consommateurs qu'ils resteront prêts à payer un prix plus élevé. Et l'estime des consommateurs représente en fin de compte, pour les producteurs, la valeur ajoutée qu'ils recherchent.

Il est particulièrement important de prendre conscience que la vente de lait bio, de beurre bio ou de viande bio passe par

En dessous d'un certain budget, l'investissement publicitaire n'en vaut plus la peine.

une grande idée, l'identité du label, et non par l'identité des produits eux-mêmes. Dans la communication de Bio Suisse, les produits sont des messagers, pas des messages. Les produits utilisés comme support d'image de marque deviennent alors des symboles de la qualité de tous les produits Bourgeon et de l'image du label Bourgeon lui-même.

Dans ce contexte, la discussion de savoir de quelle tirelire viennent les fonds et à quoi ils sont utilisés est oiseuse et inutile, du moins tant que ces moyens financiers sont utilisés pour transmettre l'idée extraordinaire que *Manger Bio, c'est vital* et pour faire connaître la valeur ajoutée de l'agriculture biologique. Nous devons donc continuer de suivre de manière cohérente la stratégie publicitaire qui s'est avérée efficace, et, dans l'intérêt même d'une présentation efficiente, nous devons nous garder des intérêts particuliers et de la fragmentation de la communication.

«Il vaut mieux être connu une fois correctement que dix fois approximativement», tel est le principe de travail que

la communication actuelle doit adopter. L'efficacité de la publicité dépend en effet de la pression exercée sur la perception des consommateurs, et cette pression dépend elle-même de deux facteurs, le premier étant la forme de la publicité, qui doit tout d'abord attirer l'attention et ensuite déclencher des stimulations de changement de la conscience et du comportement, le deuxième facteur étant simplement le budget à disposition.

La concentration des moyens

Les réalisations publicitaires «tonitruantes» et efficaces permettent de compenser en partie le manque de moyens financiers. La communication de Bio Suisse mise aussi sur cet effet, mais, même avec les idées «les plus tonitruantes», il existe pour chaque activité un seuil inférieur d'efficacité qui doit être atteint pour que cette activité puisse être prise en considération. Autrement dit, en dessous d'un certain budget, l'investissement publicitaire n'en vaut plus la peine parce que les résultats visés ne peuvent pas être atteints par manque de visibilité.

Il en ressort que les moyens doivent être concentrés et investis là où se trouve le plus grand potentiel d'efficacité et d'efficacité. Pour Bio Suisse, c'est auprès des groupes-cibles urbains et assez jeunes que ce potentiel est le plus grand. Des études de marché et nos propres expériences ont en effet montré que c'est là que les affiches et les spots TV sont les plus efficaces.

Il faut absolument éviter une réduction du budget de communication de Bio Suisse ou une aggravation de la fragmentation des tâches, car, déjà aujourd'hui, le seuil inférieur d'efficacité n'est atteint que de justesse.

La communication se trouve tiraillée entre le développement à long terme et l'ancrage d'une marque. De l'autre côté, la communication doit aussi déclencher des actions immédiates (p. ex. l'achat). Même

Bio Suisse est «prisonnière» de cet environnement. Le label lui-même doit être de mieux en mieux connu et ancré, la valeur ajoutée du bio doit s'imprimer dans la conscience des consommateurs, et la marque doit rester dynamique et moderne pour continuer d'être prise au sérieux.

Créativité ou beauté

Certaines marques peuvent se permettre de traiter ces deux dimensions séparément. Et, par exemple, de forger leur image par des films publicitaires aussi coûteux qu'artificiels, avec plein de belles images mais peu de contenu. Elles peuvent le faire parce qu'elles sont assez riches pour se permettre de générer du chiffre d'affaires en finançant en plus des mesures très directes (souvent axées sur les prix) dans les points de vente.

Bio Suisse – pas plus que les petites entreprises en général – ne peut se payer ce genre de marketing, et c'est pourquoi nous travaillons sur des types de communication qui tentent de combiner les deux effets. Cela fait des années que nous cultivons un langage publicitaire qui surprend et parfois provoque, mais qui continue d'attirer l'attention de la clientèle-cible citadine, de gagner son estime et de l'inciter à acheter.

Si on avait misé sur une gentille présentation idéalisée d'un monde parfait recourant à des clichés aussi beaux qu'interchangeables, la communication de Bio Suisse aurait été beaucoup moins efficace et sa marque serait aujourd'hui beaucoup moins bien profilée et beaucoup moins profondément ancrée. Et probablement pas crédible pour un sou. La consommatrice actuelle ne veut plus être endormie, mais informée, par la publicité, et elle veut aussi sentir qu'elle vient la chercher, qu'elle la comprend et qu'elle la confirme dans ses valeurs. De ce point de vue-là, l'aspect divertissant de la publicité est un facteur à ne pas sous-estimer.

C'est exactement pour cette raison que la communication de Bio Suisse est planifiée et conçue comme elle l'est. Elle surprend et convainc les consommateurs. Elle provoque peut-être quelquefois, mais, avant tout, elle est efficace. Le prochain exemple que vous regarderez est le nouveau spot TV de Bio Suisse!

Cordelia Galli Bohren,
Responsable du marketing
et de la communication de
Bio Suisse



Votre opinion s'il vous plaît!

Que pensez-vous de la publicité de Bio Suisse? Écrivez-nous! Adresse: bioactualités@fibl.org, FIBL, Ackerstrasse, 5070 Frick, fax 062 865 72 73.



Photo: Marlon Nitsch

Nous sommes Mister Suisse!

Enfin! Renzo Blumenthal, le nouveau Mister Suisse, prouve ce qui se cache dans les paysans bio: nous sommes les plus beaux. C'est le sens de nombreuses réactions de lectrices du bio actualités qui nous sont parvenues juste après l'élection. D'autres sont restées indifférentes à ce charivari.

Ne décevez pas les paysannes bio!» Cet appel au secours d'une paysanne bio est parvenu à la rédaction du bio actualités par courriel tard le soir du 30 avril... avant même que le rédacteur du magazine ait réalisé ce qu'il avait manqué ce samedi soir-là, date historique pour l'agriculture biologique: à la télévision suisse, Renzo Blumenthal, paysan bio de Vella, dans le Val Lumnezia, la «vallée de la lumière», dans l'Oberland Grisonais, a été élu l'homme le plus beau de Suisse. «Maintenant, on veut enfin voir aussi quelque chose de beau dans le bio actualités», écrivait une autre paysanne bio le jour d'après.

Les journaux se sont tout de suite remplis d'articles au sujet de Renzo, qui parle le rétoromanche, qui avait déjà été élu Mister Heubuuch (le plus beau paysan des Grisons) en 2004 et joue au FC Coire. Tout son beau corps est «purement naturel», a-t-il dit lors des élections qui se déroulaient au Maag-Event-Hall de Zurich, avant de transformer ce message en adage... à moins que ce ne soit l'inverse. Il y

eut des reportages sur ce paysan bio dans la ferme paternelle, sur l'éleveur attristé par la perte de son veau «Ladina», qui portait le même nom que sa copine, sur le montagnard jeune et sympathique. Par essais entiers, les adolescentes des villes se sont entichées des paysans bio. Toutes les portes sont maintenant définitivement ouvertes à l'agriculture biologique... jusqu'à celle qui donne sur les marches du palais des lumières clignotantes du monde du showbiz.

Il y eut aussi des paysannes bio qui n'ont pas été transportées de joie à l'idée que l'agriculture biologique se refasse une beauté à coup de glamour confédéral: «Nous avons beaucoup de travail au printemps, souvent assez pour ne plus savoir où donner de la tête, alors on ne peut pas en plus se préoccuper de ce truc, que je considère de toute façon personnellement comme une singerie». Elles se sont frotté les yeux lorsqu'elles ont vu que Bio Suisse avait écrit dans un communiqué de presse que «cette victoire d'un paysan bio remplit

les responsables de BIO SUISSE de fierté et de joie» et que «le bio n'est pas seulement sain, il rend beau».

Et qu'en pensent les paysans bio? En fait, l'élection d'un collègue au rang de Mister Suisse ne leur apprend rien d'essentiellement nouveau, mais ne fait que confirmer ce qu'on savait depuis longtemps: la relation avec la ferme, le travail et les démêlés avec la nature, mais aussi la certitude de faire quelque chose de bien, tout cela nous embellit. Ces facteurs font entre autres que les paysans bio ne se contentent pas de trouver un ou une partenaire mais que, souvent, ils gagnent par-dessus le marché de meilleurs lots que leurs collègues conventionnels. Et même ceux qui ne peuvent pas ou plus montrer des abdominaux en forme de planche à repasser – la vraie beauté est intérieure – peuvent le constater avec une conscience de soi renforcée: en choisissant Renzo, la population a élu la profession qui produit les hommes les plus beaux.

Alfred Schädeli

Quelles sont les meilleures variétés?

Les variétés de pommes résistantes à la tavelure, importantes pour la crédibilité de l'arboriculture biologique, sont toujours plus délicieuses. Ce printemps pluvieux a démontré impitoyablement à quel point la lutte contre la tavelure peut être difficile en bio quand on a des variétés sensibles. Quoi qu'il en soit, ce sera une bonne année publicitaire pour les variétés résistantes à la tavelure. Divers développements chez les sélectionneurs et au front de vente donnent de nouvelles impulsions au choix des variétés pour l'arboriculture biologique. Le bio actualités fournit une vue d'ensemble enrichie de nouveaux faits et de nouveaux conseils.

Comme le prouvent les ventes records de ces deux derniers mois, la situation et les perspectives commerciales des fruits bio restent bonnes. Les problèmes ponctuels de commercialisation sont essentiellement liés à certaines variétés. Il y a en effet encore, surtout dans les exploitations qui viennent de se reconvertir à l'agriculture biologique, une importante production de variétés maintenant peu appréciées par les consommateurs comme Golden Delicious et Idared.

Les lots de bonne qualité des nouvelles variétés – aussi et même surtout les variétés résistantes à la tavelure – se vendent par contre bien et sans problème. Le concept des groupes gustatifs développé par le FiBL et la Coop y a contribué en offrant sur l'étiquette une information supplémentaire sur le goût de la variété. Les grands distributeurs appliquent ce concept de manière toujours plus cohérente – même pour les fruits conventionnels... après qu'il ait fait ses preuves pour les pommes bio.

Les consommateurs ne sont pas les seuls à profiter de ce concept des groupes gustatifs qui rend la diversité plus attrayante et plus claire, les arboriculteurs en bénéficient aussi. Il leur permet en effet d'introduire beaucoup plus flexiblement sur le marché des variétés nouvelles et donc moins connues, mais écologiquement et gustativement meilleures. N'ayons donc plus peur des nouvelles variétés!

Un Team variétal pour diminuer les risques

Venant de l'Europe de l'Est et d'autres pays, de nombreuses variétés résistantes à la tavelure, porteuses de grandes promesses et de grands espoirs, sont arrivées en Suisse au début des années nonante. De nombreux producteurs bio ont planté ces variétés malgré l'absence d'expériences arboricoles dans les conditions suisses et à fortiori en agriculture biologique. Pour quelques-unes de ces variétés, mais heureusement pas pour toutes, le désap-

pointement était hélas au rendez-vous des premières récoltes.

Aujourd'hui, ce système «essayer quitte à perdre» n'est plus nécessaire. Le FiBL conduit en effet depuis 1994 un système d'essais variétaux conçu en fonction des besoins de la pratique qui comprend des essais exacts et un essai comparatif interrégional comprenant des fermes bio de toutes les régions et, depuis 1999, il y a aussi des essais de variétés biologiques de cerises, tandis que les essais variétaux de poires et de prunes n'ont été mis en route que l'année passée. Ces essais variétaux sont coordonnés et réalisés en collaboration avec Agroscope FAW ou RAC.

Le «Team variétal» (cf. encadré) représente en réalité la dernière étape – pratique et commerciale – de l'homologation des variétés. Ce Team variétal teste les variétés favorables dans des exploitations pilotes par le biais de contrats de production qui comprennent deux années de tests commerciaux. Actuellement, le Team variétal étudie les variétés Ecolette (une variété destinée à la niche des pommes acidulées) et Golden Orange (une variété meilleure que Resista prévue pour remplacer Golden Delicious).

L'évolution récente des variétés de pommes

En Valais, les arboriculteurs bio plantent de plus en plus la variété de pomme résistante à la tavelure GoldRush, vendue sous le nom protégé de «Regold». La culture de GoldRush est quasiment impossible dans d'autres régions de Suisse parce que, même en novembre, elle n'y mûrit toujours pas mais se couvre de taches de suie. Elle a de la peine à mûrir même au canton de Vaud, et sa qualité interne et externe s'en ressent immédiatement.

Cette réalité a été clairement démontrée par une dégustation effectuée à Vétroz en février passé lors du Forum arboricole du FiBL (cf. graphiques). Six lignées différentes de GoldRush avaient été comparées lors des essais. Les différences de précocité



sont à l'origine de grandes différences de qualité interne. La meilleure lignée atteignait une fermeté des fruits de 8,5 kg/cm² et 16,7 % de sucre, et la moins bonne 7,4 kg/cm² et seulement 13,2 % de sucre. Les points faibles de GoldRush sont sa sensibilité à l'oïdium et sa forte tendance à l'alternance.

Un consortium valaisan a repris la licence de quelques sélections du nord de l'Italie et a mandaté le FiBL pour l'évaluation de la variété Golden Orange. Contrairement à GoldRush, Golden Orange ressemble extérieurement et gustativement beaucoup à Golden Delicious. Elle permettrait ainsi de combler une lacune importante, ce que Resista n'est pas tout à fait en mesure de faire. C'est d'ailleurs la



Douce et sucrée, ou plutôt aromatique et acidulée? Dans les points de vente, les descriptions des variétés sont de plus en plus souvent complétées par des informations gustatives. Une chance pour les variétés inconnues.

de 60 acheteurs de pommes, semblent confirmer que Golden Orange sera bien acceptée par les consommateurs. Golden Orange semble par contre se conserver moins bien que Golden Delicious. Le Team variétal attendra encore jusqu'au printemps 2006 pour recommander la culture de cette variété. Les résultats du deuxième test commercial seront dépouillés d'ici là.

Juliet, un croisement résistant au goût sucré avec la variété américaine Fuji, a été extrêmement bien notée malgré un stockage en chambre frigorifique normale. Sa caractéristique la plus intéressante est sa longue conservation, mais sa maturité tardive la réserve probablement aux producteurs valaisans.

Il va de soi que les arboriculteurs bio observent aussi attentivement ce qui se passe du côté des variétés non résistantes. Quelques-uns ont par exemple fait d'assez bonnes expériences avec Pinova, une variété pas très sensible à la tavelure. Par contre, la très forte sensibilité de cette variété à la pourriture amère (gloesporium) peut provoquer des pertes importantes. De même, les variétés suisses non résistantes Diwa et Mairac, bien notées dans plusieurs dégustations, pourraient être cultivées en bio. Quelques centaines d'arbres de Diwa sont maintenant cultivés par deux fermes arboricoles (VD, ZH), et son évolution est suivie avec intérêt.

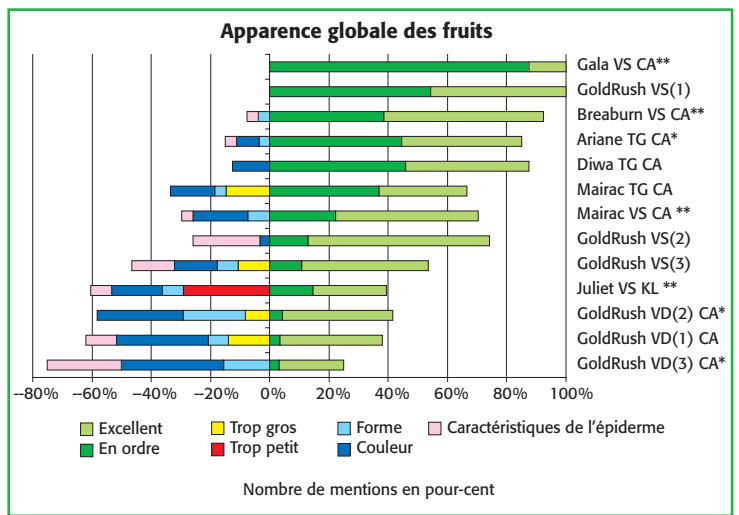
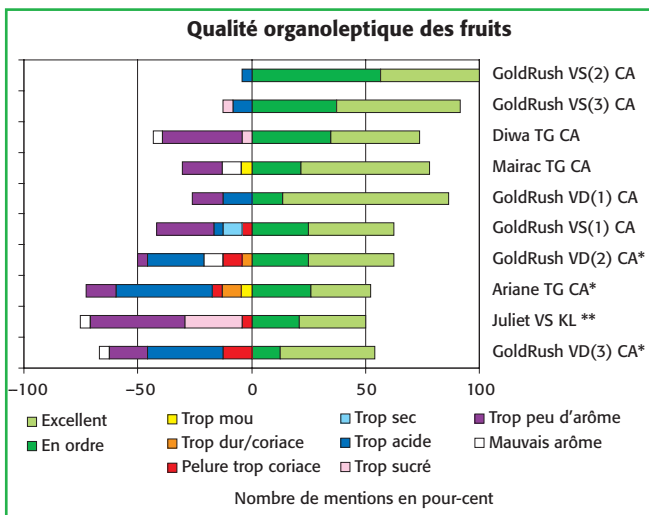
Quelques autres variétés résistantes à la tavelure venant de Tchèque, surtout des croisements Topaz x Golden, sont déjà à maturité productive dans la pépinière PI Erich Dickenmann (Robustplant). Les spécialistes de Robustplant et du FiBL sont d'avis qu'il pourrait y avoir quelques variétés intéressantes parmi elles. Par exemple, la sélection UEB 3185/2 a été très bien notée, mais pas nettement mieux que Topaz, lors de deux dégustations faites au FiBL. Quatre de ces sélections UEB sont déjà plantées au FiBL dans le cadre des essais variétaux.

Nous recommandons aux producteurs de ne pas se lancer à leurs frais dans des essais coûteux. Idéalement, une ou plusieurs obtentions UEB seront rapidement intégrées au concept du Team variétal. La variété Mira pourrait être intéressante pour la vente directe parce qu'elle se conserve très bien, mais ses aptitudes agronomiques ne sont pas encore connues en bio. Mira est de couleur grise à rouge foncé, de forme et de grandeur irrégulières et donc pas particulièrement attractive. Elle a un pédoncule extrêmement court, ce qui est défavorable en agriculture biologique (diminution de l'accessibilité pour les produits de contact, éclaircissage à un fruit par inflorescence nécessaire). Le FiBL étudie cette variété avec une ferme bio qui en a planté 200 arbres.

Le programme suisse de sélection des

raison pour laquelle le Team variétal a inclus l'année passée Golden Orange dans son concept de testage des variétés.

Une dégustation réunissant une centaine de personnes dans une filiale d'un grand distributeur, ainsi que d'autres organisées lors de deux séminaires d'arboriculture biologique, et enfin une analyse sensorielle réalisée par un institut professionnel avec un échantillon représentatif



Mentions pour l'apparence et la qualité organoleptique des pommes données au cours de la dégustation organisée lors du forum d'arboriculture biologique de Vétroz VS en février 2005 (24 participants). Il y avait notamment 6 lignées différentes de GoldRush produites au Valais et dans le canton de Vaud. Toutes les variétés et provenances étaient codées. Les lignes à droite du zéro sont des mentions positives, celles de gauche des mentions négatives. Les mentions multiples étaient possibles. Pour la qualité organoleptique, à l'exception de Juliet, les variétés qui ont eu plus de 33 % de mentions «surmaturité» ne sont pas représentées.

Le Team variétal optimise l'assortiment



Le Team variétal: (depuis derrière à gauche): Alfred Leder (Coop), Markus Peir (Coop), Christian Vogt (producteur), Herbert Kuppelwieser (producteur), Christian Guggisberg (Coop), (devant) Christophe Suter (producteur), Franco Weibel (FiBL).

L'objectif principal du Team variétal du FiBL, composé actuellement de représentants de la Coop, des entreprises de conditionnement, des producteurs et du FiBL, est d'optimiser le plus efficacement possible l'assortiment variétal des fruits bio selon des critères sensoriels, agronomiques et écologiques. Dans une première phase, le Team variétal choisit parmi les variétés en prétestage celles qui possèdent le meilleur potentiel en vue de combler les actuelles lacunes de l'assortiment. Dans une deuxième phase, les «variétés du team» ainsi choisies sont mises en production sous contrat dans deux à quatre fermes bio. La surface totale est alors assez grande pour que les rendements de la troisième et de la quatrième année depuis la plantation permettent de faire des tests commerciaux. Les producteurs reçoivent pour les fruits des tests commerciaux une «prime de pionnier» fixée par contrat.

En se basant sur les expériences agronomiques des fermes pilotes et sur les réactions des acheteurs des deux années de tests commerciaux, le Team variétal décide si les variétés peuvent rester en culture, et si oui avec quels objectifs quantitatifs. En cas de décision négative, les investissements des producteurs sont à peu près couverts par les «primes de pionnier». Le concept du Team variétal remédie ainsi à la situation insatisfaisante où de trop nombreux producteurs expérimentaient de nouvelles variétés à leurs frais, à leurs propres risques et sans aucune coordination. Le concept du Team variétal est provisoirement financé par le Fonds NaturaPlan de la Coop. fw

variétés de pommes d'Agroscope FAW et de la pépinière Rheinbaumschule de Buchs, mais aussi certains programmes hollandais, américains et néo-zélandais, ont à notre avis des sélections très intéressantes en réserve, par exemple pour remplacer Gala et Braeburn, mais aussi dans le domaine des variétés de longue conservation ou des variétés précoces de meilleure conservation.

Les variétés «sûres»

À part Golden Orange, aucune variété résistante n'est actuellement fortement poussée par un sélectionneur ou un détenteur de licence. Le potentiel de culture des variétés qui figurent à la liste variétale 2005 du FiBL peut être qualifié de bon. Les producteurs bio ont actuellement suffisamment de marge de manœuvre pour cultiver des variétés à la fois résistantes et marchandes en attendant que des variétés encore meilleures soient disponibles dans quelques années.

Avec l'accord des praticiens de la Commission technique Fruits de Bio Suisse, on peut dire que les variétés suivantes sont actuellement les plus sûres pour la mise en culture: Topaz et Resi sont classées dans le groupe gustatif des variétés «aromatiques, plutôt acidulées». Topaz devrait être stockée sous atmosphère contrôlée et donc cueillie assez tôt. Si elle doit être consommée immédiatement, il faut par contre bien la laisser mûrir sur l'arbre (respecter les indications pour la détermination des moments de récolte). Pour Topaz, les pertes dues au chancre du collet (*phytophthora spp.*) suscitent toujours plus d'inquiétude. Un greffage intermédiaire avec p. ex. Ariwa, Rewena ou Golden Delicious est certainement possible, mais la stabilité de ces combinaisons ne pourra être évaluée que dans quelques années. Le

FiBL suit le match du *phytophthora* avec des experts suisses et étrangers. Resi forme des arbres faciles à cueillir, mais la grandeur et la qualité des fruits ne sont suffisantes qu'avec un éclaircissage correct. Il faut éviter le stockage de longue durée.

Ce qui séduit chez GoldRush, c'est surtout sa capacité à conserver longtemps sa fermeté et sa fraîcheur, mais cette variété ne peut être cultivée que dans les régions qui bénéficient d'une longue période de végétation. Dans d'autres régions, on peut miser sur Resista, une variété gustativement plus semblable à Golden Delicious. Sa croissance vigoureuse et tendant au dégarnissement demande en outre une formation des arbres attentive. Golden Orange (cf. ci-dessus) serait meilleure dans cette niche commerciale, mais la question de savoir si elle est aussi cultivable en Suisse allemande est encore étudiée dans les essais variétaux. En plus, l'octroi des licences n'a pas encore été attribué. Mentionnons encore pour cette classe de goût l'aromatique et attractive Rubinola, mais elle ne semble pas supporter une longue conservation, même pas sous atmosphère contrôlée. Elle est extrêmement exigeante en matière de formation des arbres (pousse vigoureuse, tendance au dégarnissement, ne fructifie que sur le bois d'un an). Ariwa a aussi fait ses preuves dans la pratique. Bien mûrs, ses fruits sont appréciés pour leur grande fermeté et leur richesse aromatique, mais ces très beaux arbres exigent impérativement un bon éclaircissage à cause de leur tendance à l'alternance. Un stockage AC est nécessaire pour éviter une rapide dégradation des acides et donc de l'arôme.

Parmi les variétés acidulées, la bonne qualité des fruits, l'aptitude au stockage et les caractéristiques agronomiques d'Otawa ont fait leurs preuves. Ottawa est relativement sensible à la maladie de la suie, à l'alternance et à l'oïdium.

Parmi les variétés précoces, c'est l'attractive Retina qui tient le devant de la scène. La période de cueillette est très courte, et sa conservation est moins bonne que celle de la Gravenstein. Il faut donc produire seulement les quantités immédiatement commercialisables. La variété d'été Julia plaît parce que son goût la rapproche déjà beaucoup plus d'une «vraie» pomme que par exemple Clara, mais aussi parce que les arbres ont une bonne vitalité.

Poires et fruits à noyau

Nous sommes encore un peu embarrassés pour présenter de nouvelles variétés de poires et de fruits à noyau. De nombreuses

variétés sont en discussion pour l'agriculture biologique, mais la base d'expériences faites par la recherche ou les producteurs est encore très maigre. Une cerise sélectionnée en Slovaquie est cependant particulièrement bien sortie dans les essais variétaux effectués au Breitenhof (on en est à la clarification de la question de la licence). De nouveaux essais variétaux biologiques de cerises, de griottes, de poires et de prunes ont été plantés l'automne passé avec les obtentions les plus récentes au monde (c'est du moins ce qu'on espère toujours...). Dans le domaine des abricots, nous observons l'aptitude au bio des variétés modernes dans les fermes arboricoles biologique en Valais. Nous sommes aussi en train de mettre sur pied un réseau d'observation des variétés de fruits à noyau avec l'aide du groupe de travail pour les fruits bio à noyau. (Toutes les personnes intéressées sont les bienvenues! Prière de s'annoncer au tél. 062 865 72 42!) Au lieu d'une vague liste de recommandations variétales, nous offrons donc aux producteurs de fruits à noyau et de poires de nous contacter directement pour discuter des aptitudes des variétés.

Les porte-greffes pour les pommiers

Notre essai de porte-greffes installé en 1999 à trois endroits situés à Frick, à Wädenswil et à Sion avec dix porte-greffes différents pour trois variétés (Resi, Ariwa, Resista) est maintenant aussi terminé à Frick. Les mêmes porte-greffes (M7, Supporter II, Cepiland, B9, Fleuren 56, P 22, J-TE-E, J-TE-F, J-OH-A, J-TE-G) participent aussi depuis 2002 à un vaste essai bio dans les environs de Bonn. Les mesures auxquelles nous avons procédé là-bas confirment que le porte-greffe Supporter II est supérieur aux autres quant à la tolérance aux mauvaises herbes et à la rapidité de la formation des couronnes et des rendements. Nous sommes d'avis que nous pouvons maintenant, sur la base de ces résultats, recommander Supporter II comme porte-greffe résistant au chancre du collet et au puceron lanigère pour les variétés faibles à mi-fortes (les producteurs intéressés peuvent prendre contact avec nous).

Avec la collaboration d'Agroscope RAC, nous avons planté à Sion et à Frick, en automne 2004, un nouvel essai de porte-greffes qui comprend des porte-greffes résistants au puceron lanigère et au feu bactérien.

Franco Weibel, Jean-Luc Tschabold, Francisco Suter et Andi Häseli, FiBL



Photo: Franco Weibel

Si les plants sont commandés à temps, on peut avoir en bio quasiment toutes les combinaisons de variétés et de porte-greffe.

Les recommandations variétales complètes du FiBL avec la description des avantages et inconvénients des variétés pour l'agriculture biologique ainsi que les résultats détaillés des dégustations peuvent être téléchargés avec le dossier du séminaire arboricole biologique 2005 du FiBL au format PDF sur le site www.fibl.org ou commandés au tél. 062 865 72 72. La description avec photos des variétés résistantes de pommes les plus communes se trouve dans la feuille volante «Portrait schorffresistenter Apfelsorten» de la FAW (M. Kellerhals, M. Goerre) et du FiBL (F. Weibel).

Ceux qui commandent à temps...

...évitent des problèmes lors des contrôles. Pour les plantations de l'automne 2006, les arboriculteurs bio devraient faire parvenir en juin-juillet 2005 (époque de l'écussonnage) aux trois pépiniéristes biologiques suisses leurs commandes de jeunes arbres, qui doivent, c'est maintenant bien connu, provenir de pépinières biologiques. Il est aussi possible de commander jusqu'en janvier des plants greffés à la main en hiver. Lorsque les commandes leur parviennent à temps, les pépiniéristes peuvent satisfaire pratiquement tous les souhaits en matière de variétés et de porte-greffes.

Les autorisations exceptionnelles pour les jeunes arbres non bio sont de plus en plus difficiles à obtenir. Truc: régler dans le contrat aussi la qualité de jeunes arbres que l'on désire.

Prudence si vous importez vous-même: les produits biologiques importés doivent remplir toutes les conditions imposées aux importations de produits biologiques, ce qui signifie concrètement que vous devez remplir les conditions auxquelles sont soumis les importateurs. Pour en savoir plus, renseignez-vous auprès de Bio Suisse ou de Bio Inspecta.

On trouvera les informations détaillées sur le Cahier des charges, les règlements, la disponibilité etc. sur le site www.biosaatgut.fibl.org ou au tél. 062 865 72 08.

Les pépinières arboricoles biologiques
Emmental Bio-Baumschule, T. und R. Glauser,

3434 Obergoldbach,

tél. 031 701 05 55, fax 031 701 36 77

Pépinières Bio-Batasse, M. Olivier Cordey,

Route des Rottes 6, 1964 Conthey,

tél. 079 293 41 03, fax 027 346 65 70

Baumschule Scherrer Willi, Holz, 9322 Egnach,

tél. 071 477 20 04, fax 071 477 20 76

fw

Ne pas oublier la prospection

Bio Suisse l'a, maintenant, son affiliation obligatoire de tous les producteurs de lait bio, mais le marché bio n'en est de très loin pas encore assaini pour autant. La clé du problème est et reste – malgré toutes les mesures de régulation – la dynamisation de la demande. On y travaille.

L'affiliation obligatoire de tous les producteurs de lait bio à une organisation de commercialisation reconnue a été décidée lors de la dernière Assemblée des délégués de Bio Suisse. Elle entrera en vigueur le 1^{er} mai 2005. Cette décision a été annoncée de manière légalement contraignante dans le bio actualités 4/05. Le Cahier des charges de commercialisation complet peut être demandé à Bio Suisse ou téléchargé depuis son site internet. Les organisations reconnues se préparent à accueillir les nouveaux membres, notamment ceux qui auront droit à l'affiliation dite minimale définie par le Cahier des charges de commercialisation. Les organisations du lait bio s'occupent aussi de préparer la sortie anticipée du contingentement laitier. Elles travaillent aussi bien sûr à la coordination et au développement du marché en étroite collaboration avec la Table ronde du lait bio (TRLB). Un groupe de travail prépare pour 2006 le nouveau Cahier des charges, le règlement des sanctions et les critères d'accréditation des organisations.

Cependant, on pourra promulguer autant de directives de commercialisation, de règlements et de contributions au déclasserment qu'on veut, le marché ne s'améliorera pas tant qu'il n'y aura pas de possibilités d'écoulement supplémentaires.

Cette affiliation obligatoire n'est en effet rien d'autre qu'une des touches du clavier dont il faut pouvoir jouer pour surmonter cette période difficile, tant il est vrai qu'elle n'est pas suffisante si elle est prise seule et pour elle-même.

Cette opinion n'est pas seulement celle des représentants des organisations du lait bio de la TRLB, c'est aussi celle de la grande majorité des producteurs de lait bio. Les assemblées générales de ces organisations (on n'attend plus que l'AG extraordinaire des producteurs de lait de Prokana, qui aura lieu le 29 juin) n'ont en effet pas uniquement soutenu les mesures de déclasserment prévues par la TRLB, mais aussi celles qui sont destinées à renforcer le marketing pour le lait bio.

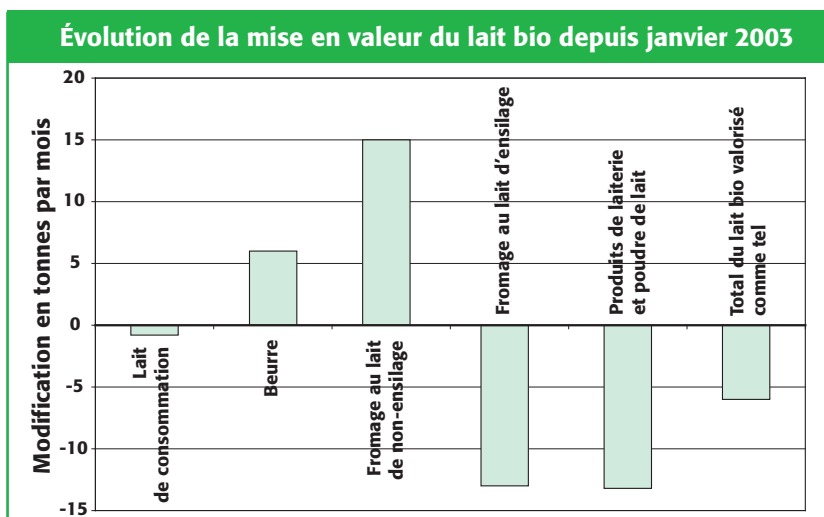
Certains prix sont inférieurs à 80 centimes

Les producteurs devront – hélas oui, une fois de plus – passer à la caisse pour financer toutes ces mesures. Pour l'année laitière 2005/06, la baisse du prix du lait comprendra trois composantes: premièrement le prix du lait bio descendra de 2 à 3 ct./kg pour éviter que la différence avec le prix conventionnel devienne trop grande, deuxièmement une perte de 4 centimes supplémentaires devra être prise en compte à cause des quelque 30 % de

surplus, et enfin, il y aura une retenue de 1 centime pour le marketing du lait bio. Pour de très nombreux producteurs, tout cela amènera le prix du lait d'industrie en dessous de la barre des 80 centimes.

De même que la promotion des fruits est placée sous la responsabilité de la CT Fruits, la TRLB s'occupera aussi et de plus en plus de marketing. Un groupe de travail a développé une douzaine d'idées qu'il s'agit maintenant de préciser. Les meilleurs projets seront ensuite concrétisés pour activer la promotion des ventes. Vu que ces douze idées comportent toutes des avantages et des inconvénients et qu'elles peuvent même se concurrencer mutuellement, il est absolument nécessaire de les coordonner avec l'actuel marketing de Bio Suisse et de les réaliser en collaboration avec des spécialistes.

En attendant, le développement du marché continue au quotidien. Le graphique montre en détail comment la fabrication des produits laitiers bio a évolué depuis janvier 2003. Le volume global peut être qualifié de stable. C'est une bonne condition de base pour, après la difficile année 2004 et toutes ses discussions sur les prix cassés, se tourner de nouveau vers le bio et la valeur ajoutée. Il y a donc de quoi espérer légitimement que les efforts de marketing de la TRLB tomberont dans de la bonne terre.



Évolution de la mise en valeur du lait bio sur la base des statistiques de fabrication depuis janvier 2003. Dans le secteur habituellement très dynamique des produits de laiterie, il n'y a quasiment plus d'innovation depuis 2004. Conséquence: les quantités valorisées par ces marchés diminuent fortement.

Source: Bio Suisse



Peter Bucher, Product manager, Bio Suisse

Peter Bucher assume de nouvelles tâches

Pour soutenir la dynamisation du marché, Peter Bucher s'occupera de plus en plus de coacher les preneurs de licences, avec l'objectif de combler l'actuel manque d'innovation qui caractérise le marché du lait. Il assumera ce faisant la fonction de «Key accounter». Son poste actuel de product manager Lait sera prochainement mis au concours, mais il reste par ailleurs responsable du département du product management du secrétariat de Bio Suisse.

pb

L'Oberland fait cavalier seul

Dans l'Oberland bernois, les producteurs de lait bio qui livrent à Cremo ne veulent rien savoir du Biomilchpool: Cremo paie davantage. Les opposants parlent de resquille et mettent en garde contre les conséquences à long terme. Les deux parties se livrent actuellement à un violent échange de coups.

La scène bernoise du lait est en effervescence: bien que la fédération laitière biologique bernoise, à laquelle sont affiliés tous les producteurs et productrices de lait bio du canton, se soit prononcée en faveur de cette solution, un groupe de producteurs de lait de l'Oberland ne veut pas s'affilier au Biomilchpool en vue de la sortie anticipée du contingentement laitier. Ces rebelles veulent livrer leur lait directement et plus cher à Cremo. Ils ont dans ce but créé à mi-avril l'association «Biomilch Berner Oberland». Ce groupe, qui compte actuellement 30 paysans, veut que l'ensemble des 230 paysans qui produisent du lait bio dans l'Oberland bernois deviennent membres de la nouvelle association.

Cremo est plus attractif

«Au Biomilchpool, les régions de montagne ne sont tout simplement pas prises au sérieux», dit Niklaus Hari, le président de la nouvelle association. Le problème principal est que de nombreux producteurs de lait bio des régions de montagne partent à l'alpage en été et ne livrent pas de lait. Ils livrent leur lait en hiver et au printemps au Biomilchpool, lorsque les retenues sont les plus élevées parce qu'il y a davantage de surplus de lait.

Hari obtient pour son lait entre 72 et 73 centimes, un prix loin en dessous de celui des fournisseurs de Cremo, comme il dit. Il en a donc assez du Biomilchpool. L'alternative de Cremo est attirante: ce fabricant peut actuellement transformer en produits bio l'ensemble de son lait bio; à Thoune, il en fait par exemple du «Bio-Berg-Mutschler». Cremo a manifesté son intérêt pour d'autres producteurs de l'Oberland, et il désire développer de nouvelles spécialités régionales pour la ligne des spécialités biologiques régionales de la Coop, explique Hari.

Pour Andreas Bärtschi, l'ancien président des Bärner Bio Bure, la création de cette association est un signe fatal et une affaire de resquille. Hari et lui se sont livrés en public à un échange de coups via le courrier des lecteurs du «Schweizer Bauer». «Sans le Biomilchpool, le prix du lait bio serait déjà aujourd'hui beaucoup

plus bas», dit Bärtschi. Grâce au fait que le Biomilchpool est en mesure de rassembler une grande quantité, c.-à-d. près de la moitié de l'ensemble du lait bio, la chute du prix du lait pourrait être limitée en plaçant le lait de manière optimale lorsqu'il y a surproduction de lait bio. Bärtschi pense encore qu'il n'est pas très intelligent de se rendre dépendant d'un seul acheteur comme le «Biomilch Berner Oberland» veut le faire.

Hari ne conteste pas qu'il y ait une certaine dépendance, mais il accepte ce risque car il pense que l'avantage est de pouvoir fabriquer à Thoune un produit régional à base de lait produit dans la région.

Peter Bucher, le product manager Lait de Bio Suisse, voit les choses de manière totalement différente: Cremo est finalement un canal anonyme dans lequel le lait finit aussi en beurre ou en poudre de lait et dans lequel les baisses de prix sont exactement les mêmes que chez les autres grands fabricants. Et Bärtschi de voir tout d'abord, derrière l'argument de l'hygiène avancé par Cremo, le désir de lier les producteurs de lait directement à Cremo pour ne pas avoir à traiter avec le puissant Biomilchpool.

Si l'association «Biomilch Berner Oberland» ne veut pas participer à la mise en valeur des surplus faite par le Biomilchpool, cela forcera ce dernier à supporter une charge encore plus lourde et à baisser encore davantage son prix du lait, dit Bärtschi. Cependant, si la différence de prix devient trop grande, Cremo réagira aussi, soit en baissant son propre prix du lait soit en achetant du lait au Biomilchpool, ce qui aura pour effet de ramener les Oberlandais à la logique du marché... mais «par la porte de derrière». «Il n'y a en effet qu'un seul marché du lait bio», dit Bärtschi en soulignant que ses collègues de l'Oberland ne doivent se faire aucune illusion à ce sujet.

Hari réplique à son tour que le but de l'opération n'est pas de se soustraire à la participation à la mise en valeur des surplus. Il ne se considère pas comme un resquilleur. Son objectif est de faire reconnaître l'association comme la septième organisation de producteurs de lait bio. Il y

Photo: Martin Bienert



en a actuellement six qui forment, dans le cadre de Bio Suisse, la Table ronde du lait bio (TRLB). Après les décisions de l'AD de Bio Suisse du 20 avril dernier, la TRLB reste cette année limitée à ces six organisations-là. Selon Peter Bucher, il y a très peu de chances que la nouvelle organisation puisse faire partie de la TRLB, d'autant plus que Bio Suisse aimerait plutôt réduire encore ce nombre.

Bucher juge en outre que les producteurs de montagne se mettront un auto-goal s'ils commencent à se séparer et à vouloir entrer en concurrence avec leurs collègues de plaine. À long terme, en effet, les régions de montagne seront perdantes si la solidarité ne fonctionne pas. Il faut en outre savoir que le Biomilchpool a déjà modifié son règlement en faveur des montagnards: en hiver, ils pourront désormais livrer 1,5 % de lait de plus au prix bio au lieu de 0,5 %.

Emmi prend de l'importance

Il s'agit en fin de compte de répondre à la question «voulons-nous prendre en main la gestion des quantités ou voulons-nous la laisser au marché?». Or «la laisser au marché signifie l'abandonner à Emmi», dit un initié, tant il est vrai que le nouveau géant du lait contrôlera environ 70 % du marché du lait bio si la production bio de l'Aargauer Zentralmolkerei échoit aussi à Emmi.

Roland Wyss-Aerni, Landwirtschaftlicher Informationsdienst LID



Y a-t-il vraiment eu un Bioboomb?

Le mouvement bio a longuement lutté pour être reconnu, et, même si c'est encore à un niveau modeste, il a réussi. Si l'agriculture biologique veut vraiment devenir importante, elle doit appuyer fortement sur le champignon. Telles sont les réflexions fondamentales de Christof Dietler, qui s'exprime au sujet du Bioboomb dans le livret de fête édité pour les 75 ans de la première ferme biologique suisse. Une prépublication.

Il n'est pas étonnant que le livret de fête édité pour les 75 ans de l'Oswaldhof de Klarsreuti TG, la première ferme bio de Suisse, contienne un chapitre intitulé «Pourquoi le bio boomb-t-il?». Les histoires à succès sont à leur place dans les livrets de fête, mais on peut se demander si les lecteurs de ce livret de fête-là, des initiés pour la plupart, doivent vraiment y trouver encore une fois la confirmation dogmatique que «le bio boomb» et qu'il est devenu une histoire à succès? Une réticence monte en moi, car je doute qu'il y ait vraiment jamais eu un «Bioboomb». Et aussi parce que je ne suis pas sûr non plus que le mouvement bio veuille vraiment se transformer en marché de masse et se diriger vers «Jules et Julie, consommateurs normaux». Or c'est cela qui serait la conséquence normale d'une vraie histoire à succès.

Les boombs boombent

Clarifions d'abord cette notion de «boomb» (prononcer «boumb»): un boomb est un soudain grand intérêt pour quelque chose. Boomb signifie aussi essor économique. Si je mets les mots «boomb» et «bio»

ensemble dans un moteur de recherche sur Internet, je trouve 753'000 pages qui les contiennent. Si j'indique «agriculture bio», je ne trouve que 36'300 occurrences. L'agriculture biologique serait-elle soudain principalement définie par l'intermédiaire du «boomb»? On dirait. Il n'est en effet pas faux de dire «voyez, nous avons du succès».

Peut-être bien que le bio a réellement boombé dans la perception du grand public, mais nous devons nous rendre compte que les chiffres réels sont moins aguichants. Les 75 ans de l'histoire de l'agriculture biologique en Suisse ne doivent pas nous cacher le fait suivant: on a réussi la phase de départ, rien de plus. Si on regarde toute cette période de 75 ans, le résumé est celui-ci: ce boomb est modeste. Cela ne peut être tout au plus qu'un début.

Pour ne pas perdre complètement courage: malgré les chiffres assez maigres présentés ci-dessous, la Suisse reste le leader mondial du bio, et le potentiel de développement est là. Les chiffres des études de marché réalisées auprès des consommatrices sont réjouissants. On peut tabler sur un taux de notoriété consolidée du Bourgeon (question posée: «Connaissez-vous ce label?») de 69 pour-cent. De même, le fait que seuls 24 pour-cent des Suisses et des

Suissesses n'achètent expressément jamais de produits bio nous fait dresser l'oreille. Que ce soit chez l'ancien conseiller fédéral Otto Stich, chez la championne du monde Simone Niggli-Luder, chez le chanteur Endo Anaconda ou chez l'humoriste Massimo Rocchi, il y a du bio dans presque tous les frigos.

Moi, peu d'éthique, pas de morale

Le tableau de la page 15 résume les associations spontanées que les consommateurs font avec le Bourgeon: «produits naturels sans chimie», «aliments sains» et «qualité garantie» viennent en premier. Ceux qui

L'avenir appartient à une saine combinaison d'égoïsme, de forte crédibilité et d'une pin-cée d'harmonie éthique.

Les gens du bio doivent s'en accommoder

connaissent le Bourgeon ne donnent quasiment jamais de mentions négatives. Des chiffres internationaux le confirment: les produits bio inspirent confiance et sont surtout achetés pour des motifs égoïstes. Cette constatation laisse la possibilité de transformer

les acheteurs occasionnels de produits bio en acheteurs réguliers. C'est précisément cela qui devrait être l'objectif de tous les acteurs de l'agriculture biologique.

Il faut donc atteindre les consommateurs là où ils sont le plus concernés: dans leur préoccupation pour eux-mêmes. Négatif? Absolument pas! L'avenir appartient à une saine combinaison d'égoïsme

Cet article, qui paraît dans le livret de la fête des 75 ans de la première ferme bio de Suisse, a été aimablement mis à disposition du bio actualités à titre de prépublication. En biodynamie depuis 75 ans – c'est l'Oswaldhof, mais c'est aussi 75 ans d'agriculture biologique en Suisse. Histoires, documents, analyses. Frumenta Verlag, Arlesheim, ISBN 3-905616-14-9

Est-ce que ça, c'est vraiment un Bioboomb?			
Paramètres du boomb	Nombre	Pourcentage	Remarques
Exploitations agricoles biologiques	6'420	11	89 % conventionnel/PI
Surface agricole utile bio, en ha	120'000	11	89 % conventionnel/PI
Surface agricole utile bio en plaine		3	97 % conventionnel/PI (le bio est né dans les grandes cultures)
Notoriété du Bourgeon		69	Coop NaturaPlan: 93 %
Acheteurs réguliers de produits bio		11	24 % n'achètent jamais de produits bio
Chiffre d'affaires du bio, en mio Fr.	1'200	3	Croissance 2004: 4,2 %; env. 97 % de l'ensemble des denrées alimentaires consommées (y. c. restauration) sont des produits conventionnels
Dépenses pour les aliments bio, en francs par tête et par année	160		Dépenses par tête rien que pour le chocolat: 100.– Fr./année.
Part de marché des légumes bio et du lait bio (les deux leaders)		10–12	90 % conventionnel
Consommation de viande bio, en kg par tête		max. 1	Consommation de poisson et de crustacés en 2004: 7,8 kg/tête
Exportations de produits bio, en mio Fr.	quelques rares	< 1	L'exportation bio vit de sa foi en l'avenir

Sources: Bio Suisse, AC-Nielsen, estimations personnelles



Il suffit de regarder le plan de menus des Suisses pour relativiser l'idée d'un Bioboomb: en couleur la proportion de bio, en noir et blanc la proportion de conventionnel sur le marché des denrées alimentaires.

trisme («l'achat des produits bio et les prix plus élevés que je paie me donnent des avantages personnels»), d'une grande crédibilité et d'une pincée d'harmonie éthique (commerce équitable, bien-être des animaux, protection de l'environnement et des sols). Les gens du bio doivent s'accommoder du fait que l'agriculture biologique soit inséparablement reliée à certaines valeurs et que ces valeurs fondent son identité et font de l'agriculture biologique quelque chose de spécial. Cependant, la grande majorité des consommateurs ne désire pas vraiment le savoir avec précision. L'éthique peut jouer un rôle, mais discrètement – pas plus. Lorsque la morale est en jeu, lorsqu'on parle de «renoncement», l'abstinence de consommation n'est pas loin.

Croître sans perdre son âme

Les contrôles annuels ou le bannissement du dresse-vaches à électrocution sont incontournables pour la crédibilité de l'agriculture biologique. Ces valeurs participent du «sol vivant» auquel les paysans

se réfèrent à bon droit.

Il est par ailleurs absurde de craindre, quand on a une histoire de 75 ans derrière soi, que ces valeurs et cette crédibilité puissent souffrir d'une croissance. Ces 75 ans de développement devraient donner du courage pour regarder en avant avec intrépidité. Il y a eu l'époque où il était nécessaire de consolider les directives et la crédibilité. Il y a eu l'époque où il était nécessaire d'amasser du savoir-faire scientifique et d'accumuler des connaissances expérimentales.

Cette époque, avec ses merveilleux pionniers, ses paysans extravagants et ses nombreux amis hors de l'agriculture, donne le courage qu'il faut avoir pour se concentrer sur la croissance – sans dévier d'une ligne et sans faire de compromis. Il faut aussi se concentrer sur un objectif commun: le succès commercial. Gagner enfin vraiment de l'importance. Pas une importance qui se satisfait d'un maigre 3 à 5 pour-cent des grandes cultures ou de moins de 1 à 3 pour-cent de part du marché de la viande. Non, une importance qui

va dans le sens du bio comme réelle alternative pour les paysans, du bio comme réalité normale pour les consommateurs.

Parce que je le mérite

Les consommateurs achètent des produits bio «parce qu'ils le méritent». Les gens du bio devraient rechercher la croissance avec la même motivation: «croissance, parce que l'agriculture biologique le mérite». La véritable valeur de tout bon produit vient du marché, du succès auprès des consommateurs. C'est aussi valable pour les produits dotés d'une plus-value éthique. Diriger ses forces sur les consommateurs équivaldrait à revenir aux anciennes idées du bio. Le marché bio s'est en effet développé par la vente directe et par le contact avec les consommateurs.

Et si quelqu'un devait objecter qu'on parviendrait plus facilement à la croissance et au succès avec des aides étatiques et avec une politique agraire bio, il faudrait le contredire en affirmant que l'importance d'une chose se développe à partir de la signification économique que cette chose a pour les concernés. C'est à partir de là que se développe la valeur pour la société, et ce n'est qu'à cette dernière que la politique commencera de prêter attention. Il est très rare que ça fonctionne dans l'autre sens, et c'est bien ce que montrent ces 75 ans d'agriculture biologique suisse.

Christof Dietler, copropriétaire de la société de marketing Dietler Clavatscher de Coire,



Associations spontanées avec le Bourgeon faites par les consommateurs

Rang	Association	Mentions en pour-cent
1	Produits naturels sans chimie	41 %
2	Aliments sains	38 %
2	Qualité garantie – vraiment bio	37 %
4	Trop cher	20 %
5	Bonne production animale	18 %
6	Aliments qui ont un meilleur goût	10 %
7	Contribution à la protection de l'environnement	8 %

Source: Bio Suisse

Barbara Laeser, institutrice, 4102 Binningen BL

Barbara Laeser est née en 1967 et vit à Binningen BL. Elle travaille à 50 pour-cent comme institutrice, elle est mariée et elle a un fils. Son deuxième fils viendra au monde en juillet. Ses plats préférés sont les croûtes dorées avec des fraises et le risotto, et sa boisson préférée est le coca-cola ou le thé froid. Elle passe volontiers ses loisirs à lire et à faire du yoga et de la danse africaine.

1 Pourquoi achetez-vous des produits bio?

Parce qu'ils sont plus sains et contiennent moins de résidus chimiques, mais aussi bien sûr à cause de l'environnement et parce qu'ils ont plus de goût.

2 Quels produits achetez-vous toujours en bio, lesquels jamais?

J'achète le plus possible de produits bio,

mais je n'en fais pas une loi. Lait, œufs, légumes, produits céréaliers sont aujourd'hui le plus souvent très faciles à trouver. Pour le café, le thé, les fruits ou la viande, je regarde simplement qu'ils soient si possible bio, ce qui n'est pas toujours le cas pour les fraises.

3 À combien estimez-vous la proportion de produits bio dans votre ménage?

Ça doit faire entre 80 et 90 pour-cent. Si je n'ai pas le temps de cuisiner, il y a même aujourd'hui des fast-foods comme p. ex. des boîtes de raviolis bio.

4 En général, où achetez-vous vos aliments?

Pour les légumes, nous avons un abonnement chez Agrico, une ferme bio de Therwil BL. On peut aller tous les jeudis soirs chercher dans un dépôt du quartier une corbeille de salades et de légumes tout frais. Le lait nous est livré par le laitier, il en a du bio qui vient de la région de Bâle. Je trouve pratique que le lait soit livré deux fois par semaine à la maison. On achète normalement les autres produits alimentaires à la Coop ou à la Migros. Pour les produits qui se conservent plus longtemps, nous allons tous les deux ou trois mois à Lörrach, en Allemagne. Dans le magasin de régime ou les grands magasins de là-bas, les produits bio sont beaucoup moins chers.

5 Trouvez-vous que les produits bio sont trop chers?

Pas vraiment, mais il m'arrive quand même de ravalier ma salive quand je vois que la viande de poulet est presque deux fois plus chère. Ce n'est pas que je regrette mon argent, mais je regarde quand même les prix. Si on peut se procurer un produit bio quelque part moins cher, comme par exemple en Allemagne, on profite aussi de cette possibilité. Les magasins bio demandent parfois des prix qui sont trop hauts pour moi.

6 Que pensez-vous des lignes bon marché des grands distributeurs?

Pas grand-chose. Je trouve important de savoir d'où vient ma nourriture, ce qu'elle contient et comment elle a été fabriquée.

7 Faites-vous attention à la provenance des produits?

Oui, la plupart du temps. Il m'arrive bien sûr parfois de craquer et d'acheter des fraises espagnoles en avril ou d'utiliser des courgettes et des tomates fraîches d'Italie pour cuisiner un plat italien bien qu'on soit en hiver, mais, en principe, nous essayons de cuisiner en fonction des saisons et de transmettre cette notion à notre fils. Je trouve assez anormal de manger des fraises à Noël ou des asperges en février.

8 Que signifient pour vous les labels bio, par exemple le Bourgeon?

Beaucoup. Je m'orienterai beaucoup d'après eux. Avec le Bourgeon, je me sens sûre que le produit est vraiment bio. Pour la viande, je trouve par contre que la confusion des labels est un peu pénible. Mais là aussi, je peux suivre le Bourgeon.

9 Vous rappelez-vous d'une expérience clé qui vous aurait fait devenir consommatrice bio?

Pas vraiment. Je recherche des produits écologiques depuis que je dirige mon propre ménage. Avant que Coop vende des produits bio, c'était plus difficile. Je n'allais pas régulièrement dans les magasins bio – simplement parce qu'il n'y en avait pas dans mon quartier.

10 Que pensez-vous des paysans et paysannes bio? Quelles sont les caractéristiques qui les distinguent?

Avant, c'étaient des pionniers, aujourd'hui, je pense que c'est une profession comme une autre. Même le Suisse le plus beau est un paysan bio... En fait, je ne comprends pas comment on peut encore faire de l'agriculture conventionnelle aujourd'hui.

Interview: Andreas Merz



C'est dans ce genre de paniers que Barbara Laeser reçoit une fois par semaine une livraison de légumes de la ferme biologique Agrico de Therwil BL. Elle va les chercher dans un dépôt situé dans le quartier.

Les directives pour l'apiculture bio

Ces dernières années, les directives pour l'apiculture bio ont été modifiées à différents niveaux. Il y a maintenant des directives fédérales dans l'Ordonnance bio ainsi que des directives des trois organisations labellisatrices Bio Suisse, Demeter et Apibio.

Du miel bio, est-ce que c'est vraiment possible? On ne peut pourtant pas mettre les abeilles dans un enclos! On entend cette remarque depuis qu'il y a du miel bio sur le marché. Il faut cependant remarquer à ce sujet que la très grande majorité des résidus toxiques contenus dans le miel proviennent des ruchers eux-mêmes. Les apiculteurs conventionnels disposent en effet de tout un arsenal de produits chimiques pour lutter contre les ravageurs des abeilles (p. ex. fausse teigne, varroase). Les apiculteurs bio, par contre, doivent se débrouiller avec des produits naturels. C'est ce qui permet d'obtenir que le miel bio contienne tout au plus quelques faibles résidus provenant de la pollution environnementale générale. L'apiculture bio est toutefois très exigeante.

Directives et labels

Il y a apiculture bio et apiculture bio: trois labels apicoles se référant à des directives différentes sont apparus en Suisse au cours des trois dernières années. Les trois organisations labellisatrices accordent une importance différente à certains aspects de l'apiculture et de la déclaration des produits. L'apiculture revêt en outre les formes les plus diverses: ça va du paysan bio qui possède un grand rucher à l'apiculteur citadin amateur. Tout cela a amené l'association Apibio, créée tout exprès pour l'apiculture bio, à édicter son propre cahier des charges et à créer son propre label.

Des principes communs

Comme le montre le graphique, tous les apiculteurs bio sont soumis aux mêmes bases légales provenant de la législation sur les denrées alimentaires, sur les épizooties et sur l'agriculture biologique. Les principes communs peuvent être résumés de la manière suivante:

- d'abondantes réserves de miel et de pollen doivent être laissées aux abeilles pour l'hiver;
- le nourrissage doit utiliser exclusivement des produits bio;
- les pratiques apicoles doivent respecter les abeilles;
- il faut utiliser seulement des races d'abeilles adéquates;
- la lutte contre les maladies doit être avant tout préventive;
- s'il est nécessaire de traiter contre une maladie, il faut employer uniquement des produits naturels;
- les ruches doivent être construites surtout avec des matériaux naturels;
- il faut accorder une importance particulière à l'hygiène;
- le nettoyage et la désinfection des ruches doivent être faits avec des matières actives naturelles.

Le déroulement des contrôles

Les contrôles sont effectués par les organismes de contrôles agréés. Les membres d'Apibio sont annoncés à Bio Inspecta pour les contrôles directement par l'association. Les apiculteurs paysans ne

doivent pas s'annoncer séparément pour le contrôle: l'inscription de l'exploitation agricole suffit. Les apiculteurs sans terre qui ne sont pas membres d'Apibio doivent s'annoncer eux-mêmes pour les contrôles. Les contrôles sont effectués pendant la saison apicole. Après le contrôle, les documents sont vérifiés par une personne indépendante. Si les exigences sont remplies, un certificat est établi à l'intention du producteur.

Thomas Amsler et Res Schmutz, FiBL

Une fiche technique sur les directives pour l'apiculture biologique

MERKBLATT



Anforderungen an die Bioimkerei



Autoren
Thomas Amsler (FiBL)
Elaine Häggi (bio.inspecta)
Bernhard Speiser (FiBL)

STECKBRIEF

Dieses Merkblatt gibt einen Überblick über die gesetzlichen Grundlagen und verschiedenen Richtlinien zur biologischen Imkerei in der Schweiz. Es beschreibt die wichtigsten Anforderungen und die Möglichkeiten zur Deklaration der Produkte. Für Einzelheiten sind die entsprechenden Verordnungen sowie Richtlinien und Weisungen zu konsultieren. Das Merkblatt gibt keine Hinweise zur Praxis der Imkerei. Dazu verweisen wir auf die reichlich vorhandene Fachliteratur und das Kursangebot verschiedener Vereine (Seite 8).

Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL), Ackerstrasse, CH-5070 Frick, www.fibl.org
bio.inspecta, Ackerstrasse, CH-5070 Frick, www.bio-inspecta.ch

Bestellnummer 1397, Ausgabe Schweiz, 2005

La pyramide de la réglementation pour l'apiculture bio

Dispositions apicoles de l'organisation labellisatrice (valables pour les apiculteurs bio avec un label)



Bases légales de l'apiculture bio (valables pour tous les apiculteurs bio)

Ordonnance du DFE sur l'agriculture biologique
Ordonnance fédérale sur l'agriculture biologique

Législation sur les denrées alimentaires et sur les épizooties (valables pour tous les apiculteurs)

Ordonnance sur les denrées alimentaires

Manuel suisse des denrées alimentaires

Ordonnance sur les épizooties

Transformation fermière de produits conventionnels: Que dois-je faire?

Les fermes Bourgeon ne peuvent fabriquer et commercialiser des produits non Bourgeon qu'avec une autorisation exceptionnelle. C'est aussi valable pour les tables d'hôtes des fermes bio. Comment et où envoyer la demande pour pouvoir recevoir une telle dérogation? Et combien de temps est-elle valable?

Selon la lettre du Comité de Bio Suisse datée du 31 janvier 2005 (encartée dans le bio actualités n° 1, février 2005), je dois avoir une autorisation exceptionnelle de la CLTC (Commission de labellisation de la transformation et du commerce) de Bio Suisse parce que je transforme et commercialise des produits non Bourgeon dans ma ferme. Que dois-je exactement écrire et envoyer?

» Vous devez joindre à votre demande les renseignements suivants:

- liste d'assortiment complète et contraignante des produits non Bourgeon;
- description de la manière dont vous séparez les produits Bourgeon et non Bourgeon (pendant le stockage et pendant la transformation);
- exemples d'étiquettes (elles doivent

comporter seulement une adresse neutre, c.-à-d. le nom, le numéro postal d'acheminement, et la localité. Il est interdit de faire référence à la ferme Bourgeon).

Pour le commerce de produits conventionnels, les points ci-dessus doivent aussi être décrits dans la demande.

Quels documents dois-je fournir pour demander une autorisation exceptionnelle pour pouvoir servir des produits non Bourgeon aux hôtes de ma ferme ou si j'utilise en cuisine quelques ingrédients non Bourgeon?

» Dans le règlement «Transformation fermière et en sous-traitance, commerce et vente directe de produits bio», la restauration commerciale à la ferme est réglée à l'article 5, dont voici les points les plus importants: Une autorisation de la

CLTC est nécessaire s'il y a plus de 10 événements par année. Les points suivants doivent ressortir de la demande:

- description du concept de restauration ou des événements (type et fréquence des événements, pourquoi des produits non Bourgeon sont proposés);
- description de la manière d'informer vos clients au sujet des différentes qualités des divers produits;
- les produits non biologiques doivent être désignés par la mention «non biologique». Vous pouvez donner cette information par exemple sur les cartes des menus ou sur un panneau affiché bien en évidence. Les clients doivent savoir très clairement quels produits ou ingrédients sont de quelle qualité.

Où dois-je envoyer la demande d'autorisation exceptionnelle, combien de temps cette dernière sera-t-elle valable, et que coûtera-t-elle?

» La demande doit être envoyée à Bio Suisse, Margarethenstrasse 87, 4053 Bâle.

L'autorisation exceptionnelle sera valable jusqu'à fin 2006. D'ici là, l'Assemblée des délégués aura statué sur l'application de la reconversion globale des exploitations dans le domaine de la transformation fermière et de la vente directe. Nous vous donnerons en temps voulu les informations nécessaires pour la suite des opérations. Ces autorisations exceptionnelles sont gratuites.

Alexandra Moser, Bio Suisse, répond à vos questions sur la transformation fermière et la vente directe



Photo: Klaus Böhler

Ceux qui organisent régulièrement des événements gastronomiques à la ferme avec des produits conventionnels doivent avoir une autorisation exceptionnelle.



Photo: Thomas Alfeldt

Avec une autorisation exceptionnelle, les chevaux de travail peuvent encore être mis dans des écuries à stalles, mais toutes les demandes doivent être déposées d'ici fin août de cette année.

Mes chevaux de travail peuvent-ils encore être dans des stalles?

D'après le Cahier des charges de Bio Suisse, les chevaux de travail ne doivent plus être mis dans des écuries à stalles et autres stabulations entravées, mais des exceptions sont possibles pour les cas justifiés. Les demandes d'autorisations exceptionnelles doivent être déposées d'ici fin août de cette année.

J'ai cinq chevaux de travail dans ma ferme Bourgeon. Ils sont régulièrement attelés, parce que je propose des balades en calèche pour les mariages. En été, les chevaux vont tous les jours au pâturage. À l'écurie, ils sont à l'attache dans des stalles. L'aménagement de boxes coûterait extrêmement cher. En tant que ferme bio, est-ce que je peux continuer de mettre mes chevaux de travail dans une stabulation entravée?

» En principe, les chevaux de travail des fermes bio ne doivent plus

être mis dans des stabulations entravées. Des autorisations exceptionnelles peuvent cependant être demandées pour les cas justifiés. Les demandes doivent être parvenues à Bio Suisse au plus tard le 31 août 2005. Avec une autorisation exceptionnelle, les chevaux de travail pourront rester dans des stabulations entravées jusqu'au 31 décembre 2010 au plus tard. Les autorisations exceptionnelles devront être présentées lors du contrôle 2006. Les critères suivants doivent être remplis pour qu'une autorisation exceptionnelle puisse être octroyée:

- importantes transformations architecturales nécessaires;
- dépenses exagérées, insupportables;
- conditions de propriété difficiles (p. ex. le loueur ne veut pas investir).

Les chevaux à l'attache doivent pouvoir accéder chaque jour à une cour d'exercice ou à un pâturage. La planification de la réalisation des boxes ou des stabulations libres doit être commencée d'ici au 31 décembre 2007.

La demande doit comprendre les éléments suivants:

- description de la situation, plan de situation (esquisse);
- contrat de location.

Faire parvenir les demandes jusqu'au 31 août 2005 au plus tard à la CLA (Commission de labellisation agricole), Bio Suisse, Margarethenstrasse 87, 4053 Bâle.



Christoph Fankhauser, Bio Suisse

Enquête auprès des éleveurs de chevaux

Dans le cadre de son travail de diplôme, Bettina Hengartner, étudiante à la Haute école suisse d'agronomie HESA de Zollikofen, fera cet été une enquête écrite sur la situation des élevages de chevaux et sur leur utilisation dans les fermes bio. Les fermes où les chevaux participent encore aux travaux, mais aussi celles où ils représentent une importante partie du revenu, sont particulièrement intéressantes pour ce travail de diplôme. Ce n'est qu'avec votre aide qu'il sera possible de recenser et d'étudier les problèmes. Nous vous remercions donc d'avance de votre collaboration.

Barbara Früh

Abondante offre de fourrages bio

Il y a actuellement beaucoup de fourrages grossiers biologiques sur le marché. Pour les fermes qui ne produisent pas assez de fourrages, c'est un bon moment pour acheter des fourrages Bourgeon. Vous trouverez les offres dans nos petites annonces, dans la presse agricole ou sur les sites internet suivants: www.ch-bioboerse.ch et www.bioboerse.ch.

La plus ancienne ferme bio appartient à une association

Voilà 75 ans qu'une première ferme s'est reconvertie à l'agriculture biologique en Suisse: l'Oswaldhof, à Klarsreuti TG. Cultivé en biodynamie depuis trois générations, le domaine appartient aujourd'hui à une association. Visite des lieux.

Aujourd'hui, l'Oswaldhof est une ferme moderne. La plus ancienne ferme bio de Suisse, qui a été reconvertie à l'agriculture biologique en 1930, à une époque où bio voulait forcément dire biodynamie, est encore aujourd'hui une ferme Demeter. L'actuel chef d'exploitation, Matthias

Koloska, prononce le mot «efficience» avec autant de naturel que le très saint nom des «préparations» que, en tant que biodynamiste, il fabrique et utilise. Une de ses prochaines acquisitions sera un brasseur pour ces préparations. «Le matin, lorsque je dois les brasser, je suis en même temps à l'écurie» explique-t-il au début de la visite de la ferme.

L'Oswaldhof est aujourd'hui une ferme familiale dans et dont vivent le paysan et père Matthias Koloska, né en 1963, la paysanne et mère Andrea, née en 1959, et leurs deux jumeaux Christian et Ursina, nés en 1991. Un stagiaire, envoyé par des projets Demeter ou par l'USP, est aussi toujours de la partie.

Une moissonneuse-batteuse depuis 1989

En allant de l'habitation aux stocks de bois en passant devant l'atelier, nous admirons un giro-endaineur flambant neuf, plus efficace que l'ancien et capable de former un double andain en un seul passage. La mécanisation de l'Oswaldhof a commencé en 1967, mais il y avait encore beaucoup

de travail manuel, p. ex. pour les moissons faites à la moissonneuse-lieuse. En 1989, Matthias Koloska proposa d'en finir avec le liage des gerbes et le battage dans la grange. L'affaiblissement corporel du père et de l'oncle facilitèrent le renoncement à cette ancienne et belle – mais aussi pénible et gourmande en temps et en hom-

mes – manière de faire la moisson. Depuis 1989 donc, la ferme utilise une moissonneuse-batteuse et une installation de séchage.

En face de la maison des Koloska, il y a la stabulation libre et son «matelas» de 60 à 70 centimètres d'épaisseur, plus une cour d'exercice non couverte située entre les zones de repos et d'affouragement. Elle a été mise en service au printemps 1998. Le troupeau comprend 34 vaches laitières, 16 génisses et 7 veaux

En tant que paysan Demeter, Matthias Koloska laisse leurs cornes à ses vaches. Elles font en effet partie de leur être, et les directives Demeter interdisent l'écornage. C'est la raison pour laquelle il accorde à chaque vache une place de 18 mètres carrés, presque le double du minimum exigé

Portrait de l'Oswaldhof

Le petit village paysan de Klarsreuti est situé sur une colline qui domine le lac de Constance à 10 kilomètres au sud de Kreuzlingen. La famille Oswald y habite depuis le XV^{ème} siècle. Konrad et Rosa Oswald-Zaugg reconvertirent la ferme à la biodynamie en 1930. Elle est aujourd'hui cultivée par leur neveu Matthias Koloska et sa famille.

Altitude: 560 mètres; surface du domaine: 39,81 ha, dont 34,92 appartiennent à l'association Oswaldhof et 4,03 à Matthias Koloska, plus 0,86 ha en fermage.

La surface du domaine est utilisée de la manière suivante (en 2005): forêt 6,64 ha, surface agricole utile 33,17 ha, blé 3,25 ha, épeautre 2,35 ha, orge 0,95 ha, maïs d'ensilage 3,70 ha, pommes de terre 0,50 ha, prairies artificielles 5,85 ha, prairies permanentes 13,67 ha, prairies extensives 1,31 ha, haies avec orées herbacées 1,29 ha, verger 0,30 ha. Arboriculture fruitière: 365 arbres haute-tige et 120 arbres mi-tige.

Production animale: 34 vaches laitières, 16 génisses, 7 veaux, 1 cheval, 45 poules, et enfin des abeilles dont s'occupent diverses personnes. uk

Au lieu d'un fermage, les exploitants assument les impôts, les intérêts hypothécaires et les réparations des bâtiments.



L'Oswaldhof possède une stabulation moderne depuis 1998.

par la Confédération et les labels bio (10 mètres carrés).

Notre paysan nous conduit ensuite dans la salle de traite en épi à deux rangées de trois boxes de traite. La salle est claire et très propre, de même que la pièce voisine qui contient le tank à lait de 850 litres. Chaque place de traite est équipée d'un appareil électronique de mesure de la quantité de lait muni d'un écran et relié à l'ordinateur du bureau voisin. L'installation enregistre donc en continu que p. ex. le n° 25, Noldi, a été traité le 23.08.2004 à 6 heures 15 et qu'elle a donné 14,5 kg de lait en 4,5 minutes.

Les performances peuvent être affichées à l'écran de la salle de traite avec les données de gestation et de santé, ce qui permet à Matthias Koloska de toujours savoir comment se portent ses vaches. Le lait est aujourd'hui la principale branche de production de l'Oswaldhof.

De vieilles haies riches en espèces

Nous nous promenons maintenant dans la campagne. Deux géants, dont l'un a perdu une branche vraiment surchargée lors d'un orage, ce qui lui donne un air un peu asymétrique, et l'autre, celui que seul un groupe de personne pourrait entourer de ses bras, avait éclaté et a dû être ligaturé pour pouvoir rester debout, trônent dans un pré-verger qui compte des centaines d'arbres fruitiers haute-tige. Deux impressionnants témoins d'un autre temps. Ah, s'ils pouvaient parler!

Des haies ont été plantées sur les terres de l'Oswaldhof bien longtemps avant que la Confédération alloue des paiements directs pour les haies. Les bandes herbeuses qui les entourent font 5 mètres de largeur pour permettre l'utilisation des machines usuelles. «Avant, on plantait ces éléments écologiques pour des motifs idéels», explique Koloska, qui rit: «et quelquefois on a tout simplement de la chance». En effet, car la ferme est maintenant située dans le «corridor écologique» du canton de Thurgovie – ce qui rapporte des contributions écologiques supplémentaires.

Matthias Koloska représente la troisième génération de la famille qui dirige l'Oswaldhof. «On ne m'a jamais demandé si je voulais reprendre la ferme, ça c'est fait tout naturellement à cause de mon intérêt et de ma collaboration.»

L'association Oswaldhof, qui a été créée en 1966, lorsque Konrad Oswald, le grand-père du chef d'exploitation actuel, remit la ferme à la génération suivante, compte aujourd'hui plus de 20 membres.



Photos: S. Ackermann



Matthias et Andrea Koloska: le domaine de l'Oswaldhof est cultivé en bio par la même famille depuis trois générations.

En bas, la fourragère de la nouvelle stabulation.



L'association a repris la ferme à la valeur de rendement et la met depuis lors à disposition du fermier qui la dirige sous contrat d'exploitation. Les statuts de l'association stipulent que la ferme doit être cultivée en biodynamie. Au lieu d'un fermage, les exploitants assument les impôts, les intérêts hypothécaires et les réparations des bâtiments.

Matthias Koloska, lui-même membre de l'association, a repris la ferme en 1994 avec une famille partenaire de ses parents et de la famille de son oncle Hans

Oswald. La famille Koloska dirige seule la ferme depuis 1999. Cet agriculteur de 43 ans pense déjà à sa succession. Il aimerait donner à des jeunes gens la possibilité de connaître l'Oswaldhof et d'y travailler tout d'abord sans prendre de risque, puis, comme il l'a fait lui-même il y a douze ans, prendre des responsabilités et des risques «en connaissant la ferme et en se connaissant soi-même».

Ursa Krattiger,
Medienstelle Anthroposophie Schweiz

Pourquoi suis-je paysan bio?

Pourquoi ai-je reconverti ma ferme à l'agriculture biologique? Quels motifs m'ont-ils poussé à y rester et à m'engager pour le mouvement bio? L'année passée, plus de cinquante personnes du mouvement bio ont discuté des valeurs de base qu'elles relient à l'agriculture biologique. De tels cycles de discussion se sont aussi déroulés dans divers pays de l'Union européenne.

L'hiver passé, les valeurs de base de l'agriculture biologique ont été débattues au sein de sept groupes de discussion. Il s'agissait aussi bien des motivations personnelles que des valeurs générales. Ces discussions prenaient place dans le cadre d'un projet de l'UE (cf. encadré).

Presque tous les participants aux discussions s'occupent d'agriculture biologique par conviction profonde ou, au minimum, avec beaucoup de joie. Les paysans et paysannes ne sont cependant pas les seuls à se faire beaucoup de souci au sujet de l'évolution actuelle. Véritable réflexion fondamentale, la santé de l'écosystème revient sans cesse dans les discussions. Les relations commerciales équitables représentent aussi une requête importante.

Pour des produits crédibles

Les producteurs accordent une grande importance au maintien des exploitations familiales et à leur succession. Ils se sont prononcés contre l'industrialisation de l'agriculture et contre une commercialisation extrême de leurs produits. Le manque de solidarité entre paysans bio a souvent émergé des discussions. Cet aspect doit faire

«Ma conscience me disait que nous ne pouvions pas continuer à utiliser autant de poisons et à en manger ensuite les résidus.»

Un nouveau bio de plaine

l'objet d'un travail énergique incluant, notamment, une présentation commune suivant une ligne claire pour pouvoir contrecarrer les aspects menaçants de l'actuel développement du marché.

Les producteurs accordent aussi une grande importance à une transformation soignée des produits ainsi qu'à leur qualité et à leur contenu idéologique. Les producteurs, mais aussi certains spécialistes, exigent donc davantage de «chaînes commerciales biologiques», ce qui signifie que non seulement les producteurs, mais aussi les industriels et les commerçants, doivent

être convaincus et engagés par et pour le bio. De nombreux producteurs considèrent les relations publiques comme une stratégie personnelle de survie pleine d'avenir et veulent donc multiplier et améliorer leurs contacts avec la clientèle.

La sécurité des moyens d'existence, la persistance sur le marché, la charge de travail et l'augmentation des frais de contrôle étaient des thèmes de discussion brûlants dans les groupes de producteurs, même si ces points touchent probablement l'ensemble de l'agriculture et ne sont pas spécifiques au bio. Les spécialistes accordent quant à eux la priorité à la poursuite du développement de l'agriculture biologique, à la santé de l'écosystème et à la régionalité.

Définir une valeur européenne et mondiale

Dans les groupes de travail suisses, les discussions se trouvent en corrélation avec les instances supérieures et peuvent avoir une certaine influence sur la législation suisse et européenne. Le rapide développement et la forte croissance de l'agriculture biologique ont provoqué en Europe la création de nombreux labels et cahiers des charges de production différents. C'est une source de confusion et de déstabilisation pour les consommateurs, les commerçants et les producteurs. En tant que standard minimum unique, l'ordonnance bio de l'UE (c.-à-d. le Règlement CEE 2092/91 sur l'agriculture biologique) et l'Ordonnance bio de la Confédération helvétique sont très importantes pour l'harmonisation des différents cahiers des charges.

Le projet de recherche de trois ans intitulé «Organic Revision» (Revision pour révision et re-vision, c.-à-d. re-trouver une vision) a pour objectif de formuler des recommandations pour un développement judicieux de ces deux ordonnances. Il fallait pour cela commencer par examiner les valeurs éthiques de base de l'agriculture biologique. Il serait souhaita-



Deux générations s'engagent dans le projet Organic avec des «anciens» et des «nouveaux» agriculteurs

ble de simplifier les bases légales de manière à laisser aux familles paysannes et à leurs partenaires commerciaux davantage de marge de manœuvre sans pour autant mettre en jeu la crédibilité de l'agriculture biologique.

Ce projet est aussi en relation avec la révision du cahier des charges cadre de l'IFOAM, la fédération internationale de l'agriculture biologique, dont la rédaction date de 1980. Au cours d'une procédure assez complexe, l'IFOAM a défini des principes qui doivent caractériser l'agriculture biologique dans le monde entier. La toute dernière version, celle de janvier 2005, est en cours de consultation dans le monde entier. Elle mentionne quatre principes supérieurs:

- le principe de la santé;
- le principe de l'écologie;
- le principe de l'honnêteté;
- le principe de la préoccupation, de la prévention et de la prudence.

Au moment des discussions de groupes, on examinait encore d'autres principes comme le bien-être des animaux et la santé du sol. Ces principes ont été évalués et classés au cours des cycles de discussion. Il est intéressant de constater ici les différences d'évaluation qu'il y a entre les groupes de producteurs d'une part et les groupes de spécialistes et d'étudiants d'autre part (cf. graphique).

La différence est particulièrement grande au sujet de la santé, qui revêt une importance très grande pour les producteurs et nettement moins grande pour les autres. L'écologie et la vie du sol sont



Photo: Thomas Alférdi

Revision pour l'agriculture biologique: Otto Schmid et Rahel Kilchsperger ont dirigé les entretiens bio.

par contre plus importantes pour les spécialistes et les étudiants que pour les producteurs. Il est compréhensible que la question des moyens d'existence (sécurité d'existence des exploitations, équité) soit plus importante pour les producteurs. Les différences ne sont par contre pas aussi grandes en ce qui concerne le bien-être des animaux et la prévoyance (c.-à-d. le principe de prudence).

Ce qu'on associe au bio

Au début des cycles de discussions, les participants devaient noter ce qu'ils associaient spontanément au bio. On a dénombré au total 160 associations positives et 133 associations négatives. Les nombreuses et souvent changeantes directives et l'importante bureaucratisation qui en découle sont mentionnées comme problèmes principaux. Les plus importantes associations positives étaient la santé, la qualité de vie, l'agriculture proche de la nature et le bien-être des animaux.

Dans tous les groupes, les participants avaient la possibilité de commencer avec leur propre «histoire bio», c.-à-d. par leur motivation personnelle pour l'agriculture biologique. Nombreux sont ceux qui mettaient la préoccupation pour l'environnement au centre et au premier plan. La conviction que le bio permet de vivre un idéal a aussi été souvent mentionnée. Une autre motivation importante était la production d'aliments exempts de résidus. Pour une partie des producteurs, la forte demande (surtout pour les fermes de montagne), ainsi que le bio comme stratégie de survie

et la durabilité de l'agriculture biologique, représentaient d'importants motifs de reconversion.

Les valeurs personnelles

Voici les principales sphères thématiques qui ont été discutées:

- Des motivations personnelles comme la conviction, la garantie de la provenance pour les denrées alimentaires de fabrication maison, ou les doutes envers l'agriculture conventionnelle, étaient pour beaucoup au premier plan. Les reconversions des «anciens bio» (définition: cf. encadré) ont aussi souvent été motivées par l'exemple de fortes personnalités.

- La santé de l'écosystème est de plus en plus considérée comme un point fondamental, surtout par les «nouveaux bio» (définition: cf. encadré) en plaine, par les spécialistes de Bio Suisse et par les étudiants.

- Les conditions justes et équitables ont surtout été mentionnées par les producteurs, et avant tout par les paysans de montagne. Il a aussi été dit qu'il faut établir avec les consommateurs et les partenaires commerciaux

«Il faut savoir reconnaître que, avec nos prairies à fleurs, on est totalement «in» dans l'Économie. Il suffit de savoir vendre ça correctement.»

Un ancien bio de plaine

- Le bio est considéré comme stratégie de survie et comme possibilité de garantie d'existence

avant tout par les paysans de montagne. Les paiements directs, les prix meilleurs et plus sûrs ainsi que le meilleur écoulement sont considérés comme utiles.

- La fierté professionnelle a été mentionnée par les agriculteurs de plaine. La reconversion à l'agriculture biologique représentait un nouveau défi pour certains participants, surtout parmi les anciens bio. Les chercheurs et les vulgarisateurs ont parlé de la fonction de modèle assumée par l'agriculture biologique. Ont aussi été nommés: le développement professionnel, le désir d'innovation et la recherche du sens par l'agriculture biologique.

- La santé et la qualité des produits se sont avérées particulièrement importantes pour les fermes de plaine et pour les étudiants.

Les discussions paysannes peuvent influencer la politique agricole

«Organic Revision» est un projet de recherche de grande envergure, qui s'étend à toute l'UE et qui a pour objectif de soutenir la révision des ordonnances bio de la Suisse et de l'UE. Dans le cadre d'une partie de ce projet, des discussions de groupes ont été menées ces derniers mois en Autriche, en Hollande, en Italie, en Angleterre et en Suisse.

En Suisse, les discussions se sont déroulées l'hiver dernier en sept groupes de six à dix participants. Trois groupes étaient constitués d'«anciens bio» (des paysans et des paysannes qui se sont reconvertis à l'agriculture biologique avant 1993, l'année de l'introduction des paiements directs), deux groupes étaient composés de «nouveaux bio» (reconversion depuis 1993), un groupe comprenait des spécialistes de Bio Suisse, et le dernier groupe comprenait des étudiants et des étudiantes. Un groupe d'anciens bio et un groupe de nouveaux bio étaient constitués de paysans de montagne.

Les discussions devaient montrer quelles valeurs de base caractérisent le mouvement bio, quelle est leur importance, et s'il existe des potentiels de conflits entre elles. Cette démarche a essayé d'éviter les principes généralement valables pour l'agriculture biologique. Un autre objectif des groupes de producteurs était de reconnaître les conflits entre leurs attentes et l'Ordonnance bio.

Les résultats présentés ici sont une mise en valeur encore grossière et provisoire des discussions suisses. Dans le cadre du projet de l'UE, les discussions des divers pays seront comparées entre elles pour pouvoir formuler des propositions de révision des ordonnances bio de la Confédération helvétique et de l'Union européenne selon des principes fondamentaux supérieurs. Le rapport pourra être téléchargé en anglais à partir d'août 2005 depuis www.organic-revision.org.

rk/os

Les notions suivantes ont été mentionnées moins souvent:

- Le bien-être des animaux (anciens bio).
- La protection du sol (anciens bio).
- La diversité écologique.
- L'aspect global, dans lequel ont été mentionnés la Création et l'Intuition (anciens bio).
- L'aspect social: dans un groupe d'anciens bio de région de montagne, il s'agissait du défi passionnant de la reconversion biologique commune et solidaire au bio de toute une société de laiterie. Un participant a aussi mentionné l'attractivité touristique des régions d'agriculture biologique.

Les valeurs personnelles ont été classées dans chaque groupe selon leur importance actuelle et future. Chaque participant pouvait répartir trois points entre les valeurs générales. Ce procédé a permis de faire ressortir neuf valeurs-clés.

La durabilité est de très loin considérée comme la notion la plus importante. Bien que cette notion ait été entachée de scepticisme au début des discussions, il a bien fallu y revenir sans arrêt. Viennent ensuite respectivement à la deuxième et troisième place d'abord la justice sociale et l'équité, puis le maintien des exploitations familiales avec une charge de travail supportable.

«Nous devons laisser la fourche de côté et nous battre pour nos valeurs fondamentales. Ne pas broyer du noir mais réfléchir à ce qu'on peut améliorer. Mais ce sera difficile.»

Un nouveau bio de plaine

Conflits potentiels

Les discussions de groupes ont en outre essayé d'identifier les conflits potentiels, mais aussi les relations positives, qui existent entre les valeurs particulièrement importantes. Il est intéressant de constater qu'on trouve beaucoup plus de relations positives que de conflits potentiels. Un exemple: la santé du sol est utile au bien-être des animaux.

Les conflits sont plus perçus en dehors qu'à l'intérieur du système de l'agriculture biologique. La principale menace pour les valeurs générales de l'agriculture biologique à être perçue par les paysans est l'actuelle évolution de l'économie, qui, au moyen du commerce global, de la pression sur les prix et des structures commerciales toujours plus immenses couplées à une dépendance envers les acheteurs toujours plus forte, conduit à la centralisation et à l'exigence d'une augmentation de l'efficacité, ce qui rend toujours plus difficile la concrétisation, par exemple, de la philosophie des cycles ou les prix équitables.

Des conflits ont aussi été identifiés entre le comportement consumériste de la population et les valeurs générales de l'agriculture biologique. Le comportement consumériste comportait à cet égard le changement des habitudes de vie ainsi que l'affaiblissement de la disposition à dépenser. Ces facteurs risquent de provoquer une augmentation de la pression sur les prix ainsi qu'un assouplissement des directives de transformation.

«La famille devrait pouvoir se sentir bien dans la ferme, et les portes devraient être ouvertes à nos consommateurs pour leur permettre de jeter un œil à la production par le toucher, l'olfaction et l'expérience vécue.»

Un nouveau bio de plaine

D'autres conflits semblent provenir du trop faible coût de l'énergie et des longues distances de transport. L'augmentation des frais de contrôle, l'augmentation de la population mondiale et les changements climatiques sont en outre aussi considérés comme des menaces.

Des conflits internes entre les valeurs de base ont surtout été identifiés entre l'écologie, l'économie et le social, par exemple dans le fait que la sécurité économique de l'existence rend plus difficile la réalisation du principe des cycles et l'amélioration de la biodiversité.

Quelles exigences pour l'avenir?

La question de savoir quelles valeurs devraient prochainement gagner en importance a aussi été discutée. Quatre thèmes ont été très souvent mentionnés dans ce contexte: les prix équitables, la communication, la solidarité et la régionalité.

Tous les groupes étaient d'accord sur un point: la justice et l'équité joueront à l'avenir un rôle important. Les prix équitables sont très importants pour tous les producteurs. Le maintien des exploitations familiales avec une charge de travail supportable, les prix couvrant les frais, la justice sociale et l'application de normes sociales «aussi chez nous» ont aussi été fréquemment mentionnés.

Presque tous les groupes considèrent que la communication et un comportement commercial corrects seront toujours plus importants. La communication doit donc être améliorée dans le marketing.

Selon presque tous les groupes, les aspects sociaux doivent gagner en importance. Les producteurs trouvent qu'il est important d'arriver à une bonne solidarité interne et à une présentation commune de l'agriculture biologique basée sur une stratégie claire. Un groupe de nouveaux bio exigeait que les partenaires commerciaux soient aussi bio et qu'on les connaisse mieux.

La régionalité sera aussi très importante à l'avenir, les groupes étaient d'accord là-dessus. Les paysans de montagne ont proposé de relier les produits à des plaisirs vacanciers et d'expliquer clairement aux consommateurs d'où viennent les produits.

Rahel Kilchsperger
et Otto Schmid, FiBL

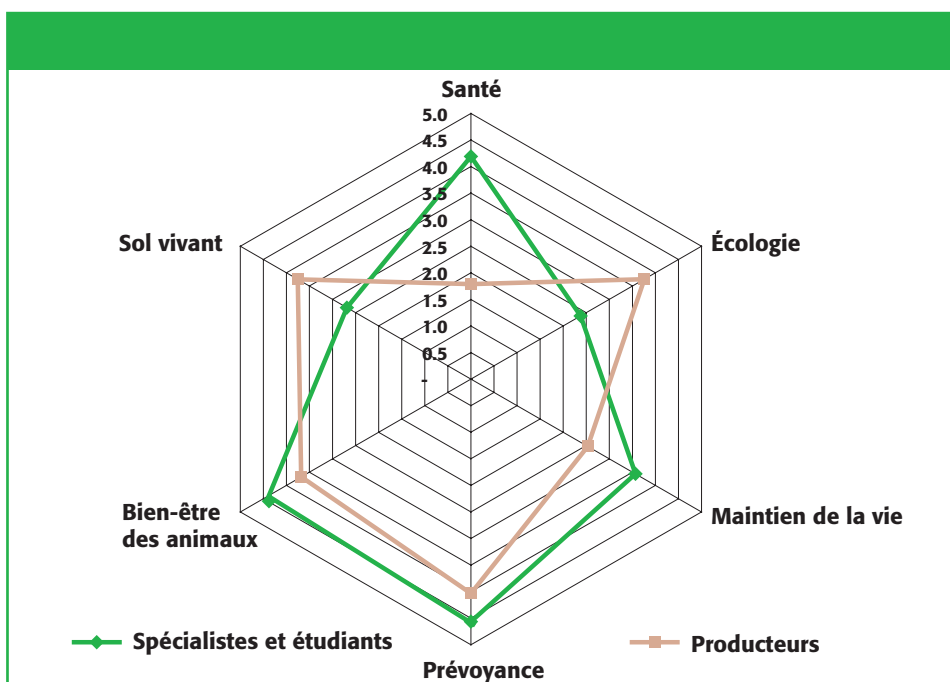




Illustration: Christian Schlatter, FiBL

La Suisse et l'Allemagne s'entrecroisent dans la double boucle du Rhin à travers les communes de Rheinau et de Jestetten. C'est à partir de là que le projet Gen Au veut créer une grande zone sans OGM.

État actuel du comité de patronat

Gerhard Gsponer, Président de la commune de Rheinau, Alfons Brohammer, Maire de Jestetten (Coprésidents), Otto Stich, ancien conseiller fédéral CH, Simonetta Sommaruga, Conseillère aux États CH, Verena Diener, Conseillère d'État ZH, Karin Rehbok Zureich, Députée au Parlement fédéral D, Maya Graf, Conseillère nationale CH, Soeur Renata, Directrice de la «Haus der Stille», Martin Kamm, Vice-Président d'IP-Suisse, Siegfried Jäckle, Comité de l'association Forum Pro Schwarzwaldbauern D, Regina Fuhrer, Présidente de Bio Suisse, Markus Johann, Directeur de Biofarm, Urs Niggli, Directeur du FiBL, Raimund Rodewald, Directeur de la Fondation pour la protection du paysage, Linard Bardill, Chansonnier, Viktor Giacobbo, Écrivain satirique, et d'autres encore.

Rheinau: au Rhin les OGM!

Des activistes anti-OGM suisses et allemands veulent créer à partir de la Rheinau une zone sans OGM légalement protégée des deux côtés du Rhin. Ils lanceront le projet Gen Au en grande pompe le 25 juin. Seront de la partie Bio Suisse, Greenpeace, Sativa, les autorités communales et de nombreux politiciens, sans oublier 250 musiciens et chanteurs qui interpréteront en plein air «La Création» de Haydn.

Pour lancer le projet Gen Au, c'est à la Rheinau qu'au Rhin une pierre nous lancerons le 25 juin, lors d'une grande manifestation», explique Martin Ott, paysan à la Rheinau, «dans le but que les cercles qui se formeront dans l'eau se propagent toujours plus loin.» L'objectif du projet est de créer une zone transfrontalière sans OGM qui, partant de la Rheinau, deviendra toujours plus grande.

L'idée

Les dirigeants des deux communes de ce côté et de l'autre côté du Rhin, c.-à-d. le président de la commune de Rheinau, Gerhard Gsponer, et le maire de Jestetten, Alfons Brohammer, assument la coprésidence du comité de patronat où siègent des politiciens régionaux et fédéraux des deux côtés du Rhin. Les deux coprésidents sont donc déjà en activité. La commune et le syndicat des améliorations foncières ont écrit aux 44 exploitants et propriétaires fonciers de Rheinau de renoncer aux cultures OGM. Brohammer, lui, est allé encore plus loin en interdisant sans autre forme de procès toute culture OGM sur toutes les parcelles qui appartiennent à la commune, après quoi il a exhorté par écrit les propriétaires privés à faire de même.

Gen Au Rheinau ne se contente cependant pas de déclarations d'intentions et de contrats de droit privé. Le projet poursuit l'objectif d'ancrer les zones sans OGM dans le droit public. «Un peu dans le même sens que les zones de protection des eaux», explique Ott. Des deux côtés du Rhin, au cœur de la région Gen Au, le domaine de la Rheinau et Sativa AG, ainsi que de nombreuses autres fermes bio, cultivent de grandes surfaces de semences biologiques pour les cultures les plus diverses. L'exclusion des OGM dans la région est donc pour elles une question existentielle.

La création

Pour que la pierre qui doit être jetée dans le Rhin le 25 juillet ait assez de poids, les activistes, qui sont soutenus par Bio Suisse et Greenpeace, ont imaginé un rassemblement d'un genre particulier. Gen Au ne sera en effet pas seulement constituée, mais aussi créée, et des extraits du célèbre oratorio «La Création» de Joseph Haydn seront exécutés en plein air par un chœur d'envergure wagnérienne: 150 à 200 chanteurs soutenus par un orchestre de 50 musiciens professionnels. En plus de ce chef-d'œuvre baroque, le programme

comprendra la création d'une œuvre contemporaine soutenue par quatre cors des Alpes, qui seront répartis à distance dans les environs pour retourner aux auditeurs comme un lointain écho des sons du corps central.

Revenons à la pierre que Gen Au lancera dans l'eau. Jusqu'où s'élargiront les cercles qu'elle formera? Quel sera le périmètre qui doit être protégé des cultures transgéniques autour de la double boucle du Rhin? La réponse de Martin Ott à cette question n'a rien de la vertu éprouvée de modestie: «Si possible toute l'Europe».

Alfred Schädeli

La création de Gen Au Rheinau se déroulera le samedi 25 juin à 13 heures sur la Klosterplatz à Rheinau ZH. Cantine de fête, visites et autres attractions. Bus supplémentaires pour les allers et retours. Pour en savoir plus, cf. rubrique «Gentechnik» de l'agenda à la page 29.





Des panneaux pour des prairies propres

L'agence d'informations agricoles lémanique AGIR et sa consœur alémanique LID proposent des panneaux d'information résistants aux intempéries de format A3. Ces panneaux rappellent aux propriétaires de chiens, aux promeneurs et aux marcheurs qu'ils doivent respecter la propreté des champs et des prairies et prendre soin du paysage. Ces panneaux en plastique sont faits de manière à pouvoir être fixés sans problème à un piquet.

agir/lid

Ces panneaux, qui existent en français et en allemand, peuvent être commandés pour 12 francs la pièce plus frais d'envoi à AGIR, Jordils 3, 1000 Lausanne 6, tél. 021 613 11 31, www.agirinfo.com.



Erratum

Un lecteur attentif nous a signalé une coquille à la page 19 du bio actualités n° 4, mai 2005: la colonne de droite du tableau des prix des céréales panifiables concerne bien sûr l'année **2004** et non 2005 comme c'est écrit. Avec toutes nos excuses, et merci de rectifier! mp

Les hôtels bio progressent

Les vacances garanties 100 % bio semblent avoir le vent en poupe dans toute l'Europe. Aujourd'hui, les toujours plus nombreux vacanciers préoccupés d'écologie peuvent choisir parmi les 26 offres suisses, allemandes, autrichiennes et italiennes regroupées au sein de l'association «Die Biohotels» et qui vont de l'élégant hôtel citadin à la pension familiale dans une ferme bio. Cette association est originaire d'Autriche, où la première auberge bio d'Europe a été certifiée en l'an 2000.



bionetz.ch

Pour en savoir plus: www.biohotels.info

La bio malmenée

Cet ouvrage, qui se lit comme un plaidoyer «pour une agriculture biologique digne de ce nom», se fonde sur un constat: suite à une cascade de scandales alimentaires, l'alimenta-

tion bio a le vent en poupe. L'industrie alimentaire investit ce marché à fort potentiel. Une bio industrielle émerge. Cette bio calquée sur les modes de consommation habituels est-elle réellement bio-compatible? Les principes de productivité, de rentabilité et de profit maximums à court terme, ainsi que le «tout, tout de suite, tout le temps, au prix le plus bas» ne foulent-ils pas aux pieds les valeurs de base de la bio?

L'auteur, Jacques-Pascal Cusin, spécialiste en marketing et en nutrition, nous rappelle quelles sont les racines de l'agriculture biologique et romands, notamment au viticulteur Reynald Parmelin et au vice-président de Bio Suisse François-Philippe Devenoge, et présente les filières bio ainsi que les différents réseaux de distribution. Sa critique d'une certaine évolution qu'il nomme la «bio opportuniste» – par opposition à la «bio authentique» – est étayée par le point de vue de la Fédération romande des consommateurs.

Tout à la fois guide pratique (on y trouve foule de conseils, de recettes, d'adresses) et réflexion approfondie sur ce qui nous nourrit au sens le plus large («l'alimentation nous constitue tant individuellement que collectivement», peut-on lire dans le chapitre *La bio authentique: un projet de société*), ce livre est incontournable pour tout consommateur-citoyen soucieux d'une démarche cohérente. Cohérence et rigueur: J.-P. Cusin explique même pourquoi sa plume opte pour la bio: «Plus le travail avançait, plus le féminin s'imposait

comm./cs

et plus le machisme du paradigme alimentaire néo-industriel se révélait: agressif, dominateur, prédateur, égoïste, excessif et pragmatique».

Jacques-Pascal Cusin (2005): *La bio malmenée – éviter les pièges*. Éditions Jouvence, F 74161 St-Julien-en-Genevois, www.editions-jouvence.com, ISBN 2-88353-411-X.



Vivre plus longtemps grâce aux fruits et aux légumes

L'alimentation méditerranéenne, qui comprend beaucoup de légumes frais et de fruits mais peu de graisses, peut prolonger la vie d'un bon bout. Telle est la conclusion, rapportée par l'agence de presse SDA, d'une série d'études faites sur des personnes de 70 à 90 ans dans 11 pays d'Europe. Lorsqu'elle est combinée avec un style de vie sain, l'alimentation méditerranéenne diminue de près de 60 % le taux de mortalité des maladies cardio-vasculaires et des cancers, affirme SDA en citant la société allemande pour la médecine alimentaire et la diététique (deutsche Gesellschaft für Ernährungsmedizin und Diätetik). Selon cette étude, ceux qui, comme les gens du sud de l'Europe, mangent beaucoup de fruits et de légumes, boivent peu d'alcool, ne fument pas et se bougent chaque jour au moins une demi-heure, resteront plus longtemps en forme – même dans leur grand âge.

Les autres composants de l'alimentation méditerranéenne sont, selon les nutritionnistes: beaucoup d'hydrates de carbone et de légumineuses, peu de viande, davantage de poisson – et surtout prendre le temps de savourer ses repas. Précisons encore que 1'507 hommes et 832 femmes de toute l'Europe ont participé à cette étude de longue haleine. lid



Les Églises allemandes promeuvent le pain bio

L'agriculture biologique a réalisé à fin mai à Hanovre une présentation fort remarquable – un marché bio – lors de la journée annuelle des Églises nationales allemandes. «Si ton enfant te demande demain...» était le slogan de la manifestation. L'Église pose ainsi la question de notre responsabilité pour la prochaine génération et pour nos bases d'existence. En Allemagne, l'Église rappelle, en rapport avec l'agriculture, que «le jardin d'Eden doit être cultivé et gardé». L'Église évangélique d'Allemagne et la Conférence épiscopale critiquent dans leur «Neuorientierung für eine nachhaltige Landwirtschaft» («réorientation pour une agriculture durable») aussi la production animale de masse: «il est temps de traiter les animaux en tant que créatures et non plus comme de la simple *marchandise vivante*». L'agriculture biologique est la solution toute désignée. oekolandbau.de

Les prix des fraises sont fixés

Les prix indicatifs des fraises et autres petits fruits ont été fixés le 6 mai lors d'une conférence téléphonique. Les prix restent les mêmes que l'année passée. Pendant les semaines où les petits fruits conventionnels seront en action, le commerce pourra diminuer les prix indicatifs des petits fruits bio au maximum de 10 % (objectif: diminuer la différence de prix entre les petits fruits conventionnels et bio).

Le tableau ci-dessous présente en détail les prix départ ferme. Les prix pour les grandes quantités se trouvent sur www.bio-suisse.ch Bio Suisse

Petits fruits: prix à la production recommandés			
Fr./kg	Magasins bio et diététiques, départ ferme	Vente directe à la ferme	Auto-cueillette
Fraises	8.90 à 9.40	9.90 à 10.90	5.10 à 5.90
Framboises	15.50 à 16.–	16.– à 18.–	8.90 à 9.70
Mûres	12.– à 13.50	13.– à 14.–	7.– à 7.80
Raisins	6.20 à 6.70	6.70 à 7.70	3.40 à 4.20
Cassis	8.10 à 8.60	9.10 à 10.10	4.50 à 5.30
Groseilles	8.10 à 8.60	9.10 à 10.10	4.50 à 5.30
Myrtilles	16.50 à 17.50	17.50 à 18.50	10.– à 11.–

Pour tout renseignement: Rolf Lösch, Bio Suisse, PM Fruits et légumes, tél. 061 385 96 28, rolf.loesch@bio-suisse.ch, www.bio-suisse.ch

Les Lendi couverts de lauriers

Le prix de Bioterra pour les prestations particulièrement novatrices a été attribué pour la deuxième fois. Les lauriers ont couronné Silvia et Peter Lendi, de Curio TI. Voilà 20 ans qu'ils ont des cultures biologiques de plantes aromatiques, et ils ont créé une entreprise de commerce bio tout à fait particulière. Le couple nominé apprend aux petits paysans du Sud à cultiver des épices et des aromates et leur ouvre ensuite le marché européen. «Vos projets représentent une contribution concrète au commerce équitable mondial, bien connu pour ménager les ressources du sol et pour traiter les petits paysans locaux en producteurs indépendants», soulignait la conseillère d'État Verena Diener en s'adressant aux Lendi lors de son allocution. «Ça a commencé il y a 15 ans quand des clients nous ont demandé de leur proposer non seulement de la menthe poivrée et de la sarriette, mais aussi du poivre et du paprika», se souviennent Silvia et Peter Lendi. Le container maritime rempli de plantes aromatiques péruviennes est aujourd'hui très demandé en Europe. Les mélanges condimentaires et tisanières biologiques de Silvia et Peter Lendi sont vendus en Suisse dans le commerce de détail ainsi qu'à la Coop, mais ils en exportent aussi vers d'autres pays européens. bioterra

Les jeunes passent au bio

En 2004, le chiffre d'affaires des produits bio a augmenté de 10 % en Allemagne, mais celui d'Aldi, Lidl & Co. de 2 % seulement. Comment expliquer cette croissance du marché bio en pleine crise économique? L'institut ISOE (Institut für Sozial-Ökologische Forschung, c.-à-d. institut de recherches en socio-écologie) de Francfort a trouvé deux groupes de consommateurs qui passent plus souvent au bio que la moyenne: les jeunes parents parce qu'ils n'achètent que le meilleur pour leur bébé, et les jeunes qui se choisissent consciemment une alimentation saine parce qu'ils y ont été habitués chez leurs parents – la deuxième «génération bio». Comme le dit le sociologue Immanuel Stiebs: «aujourd'hui, de nombreux jeunes trouvent que le bio est dans le vent».

www.sonnenseite.com

PRODUCTION VÉGÉTALE

Visite de cultures – blé

Date

Mardi 28 juin, 10.00

Lieu

Dampfreux JU, c/o Claude Hürlimann

Programme

Visite de l'essai variétal de blés panifiables Sativa

Organisation

Fondation Rurale Interjurassienne (FRI), groupe production végétale: M. Petitat, B. Wüthrich, P. Olivier.

Renseignements

Pascal Olivier, SNVA, Route de l'Aurore 4, 2053 Cernier, tél. 032 854 05 30

Grandes cultures - visites de cultures dans le canton de Vaud

Sujet	Lieu	Date	Heure
Effet du précédent sur les mauvaises herbes à l'exemple du tournesol (PT et blé)	Cossonay Chemin du stand c/o Georges Desponds	jeudi 23 juin	10.00
Essais de blé d'automne en bandes: Visite des essais – Choix des variétés de blé	Dizy c/o François-Philippe Devenogé	vendredi 1 ^{er} juillet	9.30
Pommes de terre et maïs: Pommes de terre: qualité Maïs: itinéraire culturel	Cossonay c/o Vincent Etienne	mardi 16 août	19.00
Soja: itinéraire et conduite, variétés, essais	Bournens Parking Salle Villageoise c/o André Horisberger	jeudi 25 août	9.30

Renseignements: Josy Tamarcaz, ProConseil, Jordis 3, 1006 Lausanne, tél. 021 614 24 30, j.tamarcaz@prometerre.ch.

observation de l'état des cultures (méthode: exposés, exercices, travaux de groupe).

Responsables

Gerhard Hasinger et Bernard Chauvin, SRVA (cours pour les conseillers et les agriculteurs)

Renseignements

SRVA, Odile Perrin, tél. 021 619 44 06, www.srva.ch

Ordre du jour

Informations sur les conséquences pratiques des décisions de l'AD de Bio Suisse de 20.04.2005; Affiliation obligatoire; Le marché du lait, les prix 2005/2006; La mise en valeur du lait de restriction; Le déclassement, coûts et méthodes; Le centime marketing et publicitaire; Les compétences de notre



Photo: Hansueli Dierauer

ARBORICULTURE

Inauguration de Biofruits SA – journée portes ouvertes

Date

Samedi 20 août

Lieu

Rte du Rhône 12, 1963 Vétroz

Programme

Portes ouvertes à l'occasion de l'inauguration des infrastructures ultramodernes de commercialisation (stockage, triage, conditionnement, logistique, traçabilité). Biofruits regroupe 9 producteurs biologiques qui produisent près de 30 variétés de fruits à pépins (60% des pommes et poires bio de Suisse), de fruits à noyaux, de petits fruits ainsi que du raisin de table.

Renseignements

Nicolas Constantin, Biofruits SA, Rte du Rhône 12, 1963 Vétroz, tél. 027 346 33 15, fax 027 346 65 70, info@biofruits.ch, www.biofruits.ch



représentant à la TRLB/MMR (vote); Élection complémentaire au comité de Progana Lait (vote, vos propositions sont les bienvenues).

Renseignements

Charly Beyeler, Progana, tél. 032 493 56 69 ou 079 47145 91, fax 032 493 73 13

INGÉNÉRIE GÉNÉTIQUE

Les OGM peuvent-ils contribuer à une agriculture durable?

Date

Jeudi 23 juin, 8.30–16.45

Lieu

Lausanne, Beaulieu, salle Turin 270

Programme

Exposés, points de vue de partisans et d'opposants, débats.

Conférenciers

Pia Malnoë, RAC, Anne-Gabrielle Wust Saucy, OFEFP, Léonard Dorsaz, Syngenta, Gilles-Eric Séralini, CRII-GEN, Aline Clerc, FRC, et d'autres. Modération des débats: Nicolas Dufour, Le Temps.

Renseignements

SRVA, Odile Perrin, tél. 021 619 44 06, www.srva.ch

MARCHÉ

Progana Lait

Assemblée générale extraordinaire

Date

Mercredi 29 juin, 19.30

Lieu

Institut Équestre National d'Avenches (IENA), salle Vully

Essai DOC: fonctionnement du sol en mode PER et bio

Date

Mercredi 6 juillet

Lieu

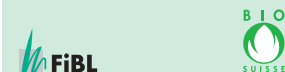
4104 Oberwil BL

Programme

Approfondir les connaissances du fonctionnement du sol par le biais des travaux réalisés sur l'essai DOC: Présentation de l'essai DOC; fonctionnement du sol en mode PER et bio, état sanitaire des cultures, rendements; propriétés physiques, chimiques et biologiques des sols;

IMPRESSUM

bioactualités



14^{ème} année

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

Tirage 904 exemplaires français, 7832 exemplaires allemands (certifié WEMF 2003). 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 Schädli, Thomas Alföldi (FiBL); Christian Voegeli (Bio Suisse); Christophe Schiess, Manuel Perret (Suisse romande); bioactualites@fibl.org.

Traduction Manuel Perret, 1412 Ursins. **Maquette** Daniel Gorba. **Impression** Brogle Druck AG, Postfach, 5073 Gipf-Oberfrick. **Publicité** Nicole Rölli, FiBL, Postfach, 5070 Frick, Tél. +41 (0)62 865 72 04, Fax +41 (0)62 865 72 73, nicole.roelli@fibl.org.



Photo: Hansueli Dierauer

SAATGUT

Besichtigungen der Zuchtgärten und Sortenversuche

Wann und wo

Samstag, 25. Juni 13 und 18 Uhr, Bushaltestelle Klinik Rheinau ZH: Weizen- und Dinkel-Sortenversuche, Landsorten-Evaluation, Erhaltungszüchtung, Vorvermehrungen (zahlreiche weitere Führungen an diesem Tag in Rheinau)

Sonntag, 26. Juni, 11 Uhr, Strasse Seegräben – Robenhausen ZH (ca. 15 Minuten zu Fuss ab Bahnhof Aathal): Weizen-Sortenversuche und Zuchtgarten, Testsortimente, Triticale

Sonntag, 26. Juni, 16 Uhr, Bushaltestelle Grüt (955) zwischen Hombrechtikon und Uerikon ZH: Dinkel-Sortenversuche und Zuchtgarten, Landsorten-Evaluation

Samstag, 2. Juli, 19 Uhr, Ferme de L'Aubier, Montezillon NE, Weizen- und Triticale-Sortenversuche

Sonntag, 3. Juli, 16.30 Uhr, Hof Brunnmatt, Vielbringen b. Worb BE

Inhalt

Die Getreidezüchtung Peter Kunz präsentiert interessierten Landwirten und Konsumentinnen den Stand ihrer biologisch-dynamischen Weizen- und Dinkelzüchtung. Es finden geführte Besichtigungen der Zuchtgärten und Sortenversuche statt. Die Zufahrten sind jeweils ausgeschildert.

Auskunft, Anmeldung

Für Gruppen ab fünf Personen Anmeldung erwünscht: Getreidezüchtung Peter Kunz, Tel. 055 264 17 89, getreidezuechtung@peter-kunz.ch, www.peter-kunz.ch

Einführung in die Getreidezüchtung auf biologisch-dynamischer Grundlage



Wann

26. Juni–2. Juli

wo

Hombrechtikon

Inhalt

Eine Seminarwoche für jüngere Menschen zwischen 25 und 35 Jahren, die entweder bereits in der Pflanzenzüchtung oder in einem verwandten Beruf tätig sind oder tätig werden wollen.

Kosten, Unterkunft

200 €, Gemeinsame Verpflegung 70 € (Ermässigung für Studenten), Unterkunft nach Absprache

Auskunft, Anmeldung

Getreidezüchtung Peter Kunz, Tel. 055 264 17 89, getreidezuechtung@peter-kunz.ch, www.peter-kunz.ch

PFLANZENBAU

Fachreise Biogemüsebau

Wann

Mittwoch bis Samstag, 20. bis 23.

Juli

Wo

Bayern

Inhalt

Bayern braut nicht nur feines Biobier, sondern hat auch im Bereich Gemüsebau einiges zu bieten. Auf dieser Reise besuchen wir verschiedene Biogemüsebetriebe, Biohopfenanbauer, Biobrauer, Vermarkter von Bioprodukten und sicher auch einige gemütliche und gute Gaststätten. Lokale Berater, Vermarkter und Produzenten zeigen uns, wie in Bayern Biogemüse angebaut und Biobier gebraut wird.

Kursleitung

Martin Lichtenhahn, FiBL Beratung, Ins

Kosten

Fr. 750.– (Richtpreis)

Auskunft, Anmeldung

FiBL Kurssekretariat, Ackerstrasse, 5070 Frick, Tel 062 865 72 72, Fax 062 865 72 73, kurse@fibl.org

GENTECHNIK

Fest zur Gründung Gen Au Rheinau

Wann

Samstag, 25. Juni,

Wo

Klosterplatz, Rheinau

Inhalt

Gründungsfeier der grenzüberschreitenden Initiative Gen Au



Rheinau. Ausgehend von den Gemeinden Rheinau auf der Schweizer Seite des Rheins und Jestetten auf der deutschen Seite soll ein möglichst grosses Gebiet langfristig frei von GVO-Anbau gehalten werden. Höhepunkt der Feier mit Festwirtschaft, Führungen und Attraktionen ist eine Freiluftaufführung von Teilen des Chorwerks «Die Schöpfung» von Joseph Haydn sowie die Uraufführung eines zeitgenössischen Chorwerks.

Kosten

Kollekte nach dem Konzert.

Auskunft

Gen-Au Rheinau, Postfach, 8462 Rheinau, Tel. 052 304 91 27, E-Mail gen-au.rheinau@fintan.ch

Vends

Économisez sur vos achats de fourrages
→ **silos boudins à monter soi-même**: 2,5 t = Fr. 730.–, 3,5 t = Fr. 890.–, 4,8 t = Fr. 1'090.–, 7,0 t = Fr. agriculture–, prêts à remplir, y. c. instructions de remplissage et orifice d'écoulement, tél. 062 721 33 28 ou 079 622 36 33

À vendre Abricotine Bio, Williams Bio, Coing Bio en bouteilles de 7 dl à 30.– Fr./bottle, tél. 027 746 10 13 ou 079 248 33 91

À vendre cidre doux Bio Suisse Bourgeon, env. 3'000 litres, première qualité, en bag in box de 5 et 10 litres.
A. Hurni + Sohn, Lohnmosterei, 3206 Ferenbalm, tél. 031 754 50 50

À vendre balles de regain (et de foin) bio du Jura neuchâtelois. S'annoncer rapidement pour nous permettre de nous organiser (n'avons pas beaucoup de place). Geneviève Montandon, 2406 Le Brouillet, tél. 032 935 12 91 (répondre ou insister SVP)

www.luco.ch – la géniale sarcluse horticole!

Achète

Cherchons installation complète pour magasin bio de petite ou moyenne grandeur. Achim et Christiane Tonhäuser, tél. 0049 7629 91 20 88, tonhaeuser@gmx.de

À louer

À louer suite à reconversion professionnelle **vignoble de 4,5 ha avec propres cave et clientèle**. Les cépages résistants aux maladies cryptogamiques sont cultivés en biodynamie. Prière de s'annoncer au tél. 052 740 27 76 ou 079 226 49 68

Cherche

Cherche encore 15 à 20 génisses pour estivage dans bon alpage du Jura neuchâtelois en bio depuis 26 ans. Geneviève Montandon, 2406 Le Brouillet, tél. 032 935 12 91 (répondre ou insister SVP.)

Cherchons vaches laitières pour l'alpage Tambo à Splügen GR. L'alpage fabrique du beurre et du fromage bio. Ces produits sont idéaux pour la vente directe. Pour tout renseignement, tél. 079 263 71 10 ou 081 253 30 79

Ferme bio assume l'élevage de votre jeune bétail (env. 10 bêtes par année), achat ou contrat. Collaboration à long terme souhaitée! Arrière-pays lucernois, zone préalpine des collines, tél. 079 622 82 93

Cherche ferme partenaire pour collaboration en production animale. J'aimerais me spécialiser dans la production laitière et laisser à d'autres l'élevage et l'engraissement du jeune bétail (contrat de fourniture de 30 Bioweidebeef par année), tél. 071 298 04 44

Couple d'agriculteurs (suisse et allemand, 41 et 42 ans), bien formés tous les deux, 12 ans d'expérience dans la direction indépendante de fermes biologiques cherche pour cause de vente de la ferme qu'ils louent actuellement nouveaux défis professionnels en agriculture pratique, vulgarisation, recherche ou accompagnement, tél. 0049 7745 5285

Recherche partenaires et petit domaine agricole: Agriculteur, gestionnaire de projets cherche partenaires dynamiques pour la création d'une ferme éducative de réinsertion. Expérience souhaitée soit en agriculture, en éducation, en psychiatrie ou en activités artistiques. Je suis aussi intéressé à m'intégrer dans un projet en cours, christiannanthen@hotmail.com, tél. 0033 4 76 34 87 84

Je finis mon apprentissage cet été et je **cherche une place d'horticultrice** pour début septembre, Simone Bertschy, Postfach 23, 6102 Malters, tél. 041 280 52 32

Divers

Voyage «permaculture» en Autriche, visite de la Krameterhof avec Sepp Holzer et de la GärtnerhofsLangerhorst, les 4, 5, & 6 août 2005, renseignements et inscriptions auprès de Lorenz Kunz, Biohof zum Frohberg, 8133 Esslingen, tél. 043 277 05 05, fax 043 277 05 06, lorenz.kunz@freessurf.ch

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

Talon de commande

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 31.– Fr.

«Ökologie & Landbau» pour entreprises/organisations: 61.– Fr.

Nom

Prénom

Adresse

NPA/Localité

Date

Signature

Au sujet du nouveau bio actualités

» J'ai reçu aujourd'hui le nouveau bio actualités. J'ai tout de suite été frappé par la nouvelle présentation. Je trouve dommage que vous – justement un magazine bio – ayez choisi un emballage en plastique pour l'envoi.

Domini et Maria Rickenbacher

» La nouvelle mise en page est plaisante, fraîche et attrayante. À propos des photos, soit elles sont prises avec l'appareil de photo du FiBL et ce dernier peut s'en racheter un nouveau avec un flash pour les portraits de personnes, soit Alfred et Thomas doivent prendre un cours de photographie – sur leurs photos en extérieur, les visages sont effet toujours trop sombres sur un arrière-plan trop clair. À propos de l'enquête: elle n'est certainement pas représentative si vous n'avez pu mettre en valeur que 579 questionnaires, et, surtout, l'affirmation que seulement 12 % délaissent le bio actualités déjà après moins d'un quart d'heure de lecture est forcément fautive: en effet, ceux qui ne lisent pas du tout ce magazine n'ont pas participé à l'enquête. Et, pour autant je connaisse les paysans, il y en a certainement beaucoup plus que ça!

Claudia Capaul

Les «ravageurs» peuvent être utiles

À propos de la lettre de lecteur «Faut-il accepter tous les produits?» d'Ulrike Minkner et al. sur le sens et le non-sens de l'insecticide «Audienz» utilisé en arboriculture biologique, bio actualités n° 3, avril 2005.

» Cette lettre de lecteur sur la problématique soulevée par l'anthonome du pommier m'a impressionné parce que ses auteurs explorent de manière cohérente tous les domaines de la vie et de la production. Je trouve moi aussi qu'il est très problématique d'utiliser ce produit dans les vergers. Je me demande souvent quand les chercheurs et les arboriculteurs reconnaîtront enfin que c'est en cultivant la plus grande biodiversité possible qu'on atteint la plus forte répression de l'activité des ravageurs (voir à ce sujet les réflexions sur la permaculture). J'ai terminé ma formation d'expert en

agriculture biologique il y a cinq ans. On avait aussi traité l'arboriculture selon ses aspects pratiques. Avec Bruno Stalder, d'Arenenberg, nous avons visité quelques arboriculteurs bio, et nous avons observé la chose suivante au moment de la floraison: un bouquet floral de pommier peut comporter jusqu'à huit ou dix fleurs, tandis que la pousse qui le porte ne peut former et porter que deux fruits au maximum. Il était alors très intéressant d'observer que l'anthonome du pommier avait attaqué dans chaque inflorescence à peu près exactement le nombre de fleurs qui auraient dû tomber de toute façon. Aucune inflorescence n'avait toutes les fleurs attaquées. Cela signifie que l'anthonome du pommier peut même être utile aux arboriculteurs – j'appelle cela coopérer avec les êtres naturels. La pensée purement axée sur les ravageurs – le fait que certains êtres naturels (des plantes, des animaux ou des champignons) dérangent – devrait progressivement appartenir au passé. La véritable agriculture biologique intègre tous les êtres vivants d'un écosystème et contribue à son harmonisation. Tous les «ravageurs» connus peuvent aussi être des auxiliaires, et, dans les cultures associées, leur fréquence est si faible qu'ils ne peuvent jamais y causer de dégâts sérieux.

Ueli Wagner, Uster ZH

La dispersion fera baisser le prix du lait

À propos de la création de l'association «Biomilch Berner Oberland», qui veut commercialiser elle-même et sortir du contingentement avec la Lobag au lieu de le faire avec le Biomilchpool.

» Le 8 juin, une assemblée des producteurs de lait bio de l'Oberland bernois se déroulera à Aeschi. Les déclarations d'intention de l'association sonnent bien, mais, dans l'actuelle situation de surplus, la dispersion de l'offre exercera une influence négative sur le prix du lait. Le rassemblement et le verrouillage de l'offre sont plus nécessaires que jamais. Le Biomilchpool a certainement fait des erreurs, mais il a prouvé qu'il pouvait commercialiser efficacement le lait. Le transfert des surplus de lait bio dans le canal conventionnel a permis d'éviter un effondrement du prix du lait bio. Qui, sinon le Biomilchpool,

Photo: Thomas Alfbidi



aurait assumé cette tâche? Certainement pas les fournisseurs directs de Cremo, qui aimeraient bien ne pas participer aux coûts de la mise en valeur des surplus. Chers paysans bio, croyez vous vraiment que, lors de la sortie du contingentement, vos intérêts seront mieux défendus par une organisation constituée de 90 % de producteurs conventionnels que par une organisation purement bio? Croyez-vous que les surplus de la Suisse orientale ne nous concernent pas? Croyez-vous que Cremo nous payera éternellement des prix plus élevés simplement parce qu'elle nous aime bien, et cela même quand les surplus de lait bio de la Suisse orientale lui seront offerts à des prix beaucoup plus bas? Croyez-vous que ce soit un avantage de produire séparément dans la même vallée du lait pour le Biomilchpool et pour l'Association, rendant peut-être ainsi impossible tout transport commun? Je ne le crois pas, et c'est pourquoi je ne fais pas partie de cette association inutile. Ne nous laissons pas dresser les uns contre les autres pour des avantages à court terme! Concentrons nos forces sur le verrouillage de l'offre de lait bio! Si nous n'y arrivons pas, alors adieu à notre bon prix du lait bio!

Walo Perreten, Feutersoey BE

LM 01.05.04

UFA

**Des céréales
aux meilleurs prix**
grâce au compte marchandise UFA

- jusqu'à Fr. 5.– de plus que le prix du marché
- prise en charge garantie
- pour exploitations bio «Le Bourgeon» (y c. reconversion)

**Déclarez dès maintenant vos
céréales bio à la LANDI!**

www.ufa.ch

Dans votre
LANDI

**AZB
CH-5070 Frick**

**PP Journal
CH-5070 Frick**

Veillez s.v.p. communiquer la nouvelle adresse

Pots en verre avec couvercle Bouteilles avec fermeture canette

Pour toutes sortes d'aliments
Marmelades, fruits, légumes, ...
Formes et grandeurs différentes
de 0,4 dl jusque 1 litre.
Bouteilles avec fermeture canette 2,5 dl jusque 1 litre.
Echantillons gratuits avec liste des prix, à demande

Crivelli Emballages • CH-6830 Chiasso
☎ 091 647 30 84 • Fax 091 647 20 84
crivelliimballaggi@hotmail.com

Connaissances en agriculture biologique

Ne cherchez plus, trouvez!

**220 fiches techniques, brochures, manuels,
dossiers, CD, études,
dont 92 à télécharger gratuitement**

www.shop.fibl.org

**Ou demandez notre catalogue:
tél. 062 865 72 72**

Talon de commande

Dans le «Beitrag», tous les articles sont écrits dans la langue de l'auteur et accompagnés d'un résumé dans l'autre des deux principales langues nationales, l'allemand et le français.

Je désire m'abonner au «BEITRÄGE»
(10 numéros par année, 52.– Fr., étranger 57.– Fr.)

Abonnement d'essai (4 numéros pour 20.– Fr.)

Je suis abonné au bio actualités

Nom

Adresse

Date et signature

**À renvoyer à: Abodienst «Beitrag»,
Verein für biologisch-dynamische Landwirtschaft,
Postfach 344, 4144 Arlesheim, fax 061 706 96 44.**