

La parole aux Bio consom'acteurs : agir pour une bio locale et équitable

BIO
CONSUM'
ACTEURS

Par Hugues Toussaint, Président de l'association Bio Consom'acteurs



FAdM : Depuis longtemps, les agriculteurs biologiques du nord se sont organisés pour distribuer leurs produits. Depuis quelques années, ont émergé les AMAP, les paniers bio, la vente directe (à la ferme, marché) semble se développer de nouveau... Il existe ainsi des circuits de distributions organisés par les paysans. Comment expliquez-vous cette évolution de la distribution des produits agricoles ?

Cette forme de distribution des produits biologiques, qui, si elle n'est pas encore majoritaire, en représente une part non négligeable, est inscrite dans les principes fondamentaux de la bio, à savoir non seulement des pratiques culturales respectueuses des animaux et de la terre mais également des relations les plus directes possibles entre les acteurs, producteurs et consommateurs, qui favorisent le respect de l'autre, l'équité des échanges. Elle n'est pas nouvelle, rappelons nous les coopératives bio de consommateurs créées dans les années 70/80. Elle se développe car elle correspond à la demande des consommateurs de plus de transparence et de traçabilité que ne lui offrent pas les grands circuits de distribution. Et puis elle est une garantie de qualité des produits, plus frais, de saison et plus économes en gaz à effet de serre... Pour les producteurs, elle représente une sécurité (c'est vrai pour les AMAP mais aussi avec certains magasins spécialisés bio qui contractualisent dans la durée et avec des engagements de quantités avec les groupements de producteurs) et

aussi une plus grande facilité d'échanges avec les consommateurs. Et, sans doute est-ce là une des raisons essentielles, elle les libère de la relation de dépendance très insécurisante qu'ils ont avec la grande et moyenne surface.

FAdM : Quels impacts ce mode de distribution, d'organisation des filières peut-il avoir sur les modes de production ?

Ce rapprochement du producteur et du consommateur a un double effet vertueux. Il sensibilise le consommateur aux contraintes de la production, aux difficultés de ce métier et au prix « juste » à payer pour les produits alimentaires, dont il n'a plus conscience, tant les circuits longs l'ont coupé de la réalité. Et il favorise l'évolution des pratiques des producteurs, pour une meilleure prise en compte de l'environnement pour satisfaire la demande de plus en plus informée et exigeante de leurs clients.

FAdM : Quel rôle pourrait ou doit avoir, selon vous, les organisations du commerce équitable dans le soutien à l'agriculture paysanne et biologique française / locales ? Avez-vous des attentes ?

Ce rôle doit-il être commercial (distribution de produits), éducatif (informer, sensibiliser le public, les consommateurs sur les impacts des choix de consommation), politique (organiser et relayer des campagnes pour faire changer les règles du commerce international, de la PAC...) ?

L'agriculture française vit sous perfusion de subventions et les paysans sont sinistrés. On ne compte plus leurs manifestations de mécontentement et de désespoir face à des situations qui les condamnent à la ruine. Ce qui est réellement le cas, rappelons qu'il disparaît en France environ une ferme toutes les 25 minutes. Les acteurs du commerce équitable ont donc un rôle important à jouer. Et

d'ailleurs ils sont de plus en plus nombreux à le faire. D'abord par la distribution de produits. J'ai noté qu'à la PFCE, outre Biocoop qui a de longue date développé des filières équitables avec les paysans du « Nord », d'autres acteurs comme Ethiquable ou Alter Eco développent également des gammes issues de producteurs français même si la limite de ces entreprises reste le choix de la grande distribution pour commercialiser leurs produits. Mais ils doivent intervenir également, comme cela se pratique pour les producteurs du sud – et Artisans du Monde est en pointe en la matière – en sensibilisant les citoyens aux conditions de production et au rôle essentiel qu'ils remplissent par leurs choix de consommation. Quant à l'interpellation des élus, plus leurs électeurs seront sensibilisés et acteurs de leur consommation, plus ils devront les écouter et répondre à leurs attentes s'ils désirent être réélus.

FAdM : Comment votre organisation participe à l'émergence d'une consommation citoyenne au nord comme sud de la planète ?

C'est justement au niveau de la sensibilisation des consommateurs et de l'amplification de leur parole vers les pouvoirs publics qu'agit Bio Consom'acteurs. Par la publication de livrets d'information sur la bio. Trois sont parus à ce jour « La bio en questions », « La bio en restauration collective » et « Etudie en bio » en format papier en plusieurs centaines de milliers d'exemplaires mais également téléchargeables gratuitement sur le site www.bioconsomacteurs.org. L'association a également développé un site internet d'informations, en cours de rénovation, qui devrait être beaucoup plus attractif et interactif courant juin. Elle agit aussi localement, sur les marchés, dans les écoles, lors de manifestations culturelles... Par contre elle ne développe pas d'actions spécifiques au sud. Mais réfléchir à la qualité de son alimentation et à la relation que nous établissons avec les producteurs du nord impacte évidemment le mode de société dans lequel nous vivons ; Et donc la relation que nous entretenons avec les autres, qu'ils soient au nord ou au sud.

Participer aux actions et rejoindre l'association (adhésion annuelle 12 euros) :

Siège social : Bio Consom'acteurs 9-11 avenue de Villars, 75007 PARIS

Pour les coordonnées des associations locales et des associations relais de Bio Consom'acteurs prendre contact au 01 44 11 13 98 ou contact@bioconsomacteurs.org