

DOMAINE PUBLIC

Analyses, commentaires et informations sur l'actualité suisse
Indépendant, différent, réformiste depuis 1963

Bio: bon pour l'image, bon pour les marges

Ni les producteurs, ni les consommateurs ne se retrouvent dans le prix élevé des produits bio

 ALBERT TILLE |  20 FÉVRIER 2010 |  DP 1858  3

Belle performance de Coop! Malgré la crise et l'arrivée en force des grands distributeurs allemands, le groupe coopératif bâlois est parvenu, en 2009, à augmenter son chiffre d'affaires et sa part de marché en Suisse. La vente des produits bio est la pièce maîtresse de ce succès.

Coop récolte les fruits de sa politique de développement durable menée depuis plus d'une décennie: promotion des produits ménageant l'environnement et de ceux provenant du commerce équitable. Le groupe a reçu en 2007 le prix de bonne conduite économique décerné par *Public Eye*. Pour parfaire la promotion de son image positive, il publie en février 2010 le premier numéro de *Verde* (<http://www.coop.ch/pb/site/common/node/135332/Lfr/index.html>), le *Magazine du bio et du développement durable*.

Félicitons-nous de constater que la pratique du commerce responsable peut aller de pair avec la performance économique. Ce succès de la vertu nous rappelle celui des équitables pionniers de Rochdale fondateurs des coopératives pour venir en aide aux consommateurs besogneux et mal payés du 19e siècle. Mais force est de remarquer que Coop a changé de cible. Au 21e siècle, l'entreprise veut sauver la planète sans trop d'égard pour les consommateurs.

C'est en tous cas ce qui ressort d'une enquête (<http://www.frc.ch/pages.php?id=718>) menée par la Fédération romande des consommateurs. Un panier de 46 produits bio coûte 71% plus cher que le même panier de marchandises conventionnelles. Migros, englobé dans l'enquête, fait à peine moins avec un écart de 64%. La FRC ne conteste pas le fait qu'une production respectant les critères biologiques coûte plus cher. Mais l'écart est énorme et se fait à l'avantage du distributeur-transformateur bien plus qu'à celui de l'agriculteur. L'exemple du lait est frappant. Pour un litre bio, le paysan reçoit un supplément de 18 centimes et les intermédiaires de 37 centimes.

Cet étalage de chiffres explique l'engouement de Coop pour le bio, il est bon pour l'image et bon

» Bio: <https://www.domainepublic.ch/articles/10312>
l'agriculture biologique pour les marges Suisse. Ses méthodes exigent des produits qui n'est pas suffisamment couvert par les prix. La production indigène étant insuffisante, les grands distributeurs s'approvisionnent de plus en plus à l'étranger. Pour parfaire son image vertueuse, on pourrait suggérer à Coop de sacrifier une partie de ses marges au profit des agriculteurs et, pourquoi pas, des consommateurs.

J'aime

DOMAINE PUBLIC

Analyses, commentaires et informations sur l'actualité suisse

Indépendant et différent depuis 1963

En continu, avec liens et réactions sur <https://www.domainepublic.ch>

Newsletter gratuite chaque lundi: les articles, le magazine PDF et l'eBook

En continu, avec liens et réactions sur <https://www.domainepublic.ch>

Lien vers l'article: <https://www.domainepublic.ch/articles/10312>