

ATTAQUE EN RÈGLE DE BIOCOOP CONTRE L'AGRICULTURE NON-BIO

Le monde selon Biocoop : ou c'est bio ou c'est mal

LES FAITS. Profitant de la date (1^{er} avril), Biocoop lance un... « Poison d'avril ». Une attaque en règle contre l'agriculture conventionnelle (en clair non bio), accusée « de nous empoisonner ».

Poison d'avril. La date est bien choisie. « Aujourd'hui, comme tout au long de l'année, les pesticides chimiques de synthèse continuent de nous empoisonner. Et malheureusement, ce n'est pas une blague ». En trois lignes, Biocoop livre sa vision du monde. Il y a donc d'un côté le bio, de l'autre le mal. Entre les deux, un immense fossé. Dit autrement, deux visions... irréconciliables de l'agriculture. Problème : la posture de Biocoop est factuellement fautive. Et tant pis pour ceux dont la seule boussole est la croyance davantage que la connaissance.

Non, le monde (simpliste) tel que le décrit Biocoop n'existe pas.

Y compris dans la bio.

Le « poison d'avril » Biocoop n'est donc qu'une énième propagande, dont – hélas – la conséquence sera d'éloigner plus encore la société de l'agriculture. Propagande, car laisser à penser qu'il n'existe aucune voie médiane entre le bio et... le mal néglige la réalité des pratiques agricoles. Non, l'agriculture n'est pas binaire. Dans toutes les filières, il existe des voies intermédiaires entre l'exigence des cahiers des charges bio et les pratiques dites « conventionnelles ». Première erreur. Non, le monde (simpliste) tel que le décrit Biocoop n'existe pas. La nuance est partout. Jusque dans les rayons bio lorsque des matières premières ont traversé les océans...

Seconde erreur : dissocier le poison



de la dose. C'est d'ailleurs pour cette raison que, pour l'essentiel des produits alimentaires, des règles établissent des seuils, des niveaux, des pratiques, etc. Bref, un cadre fixé non sur des croyances mais sur des connaissances. Qu'il faille modifier les règles parallèlement à l'avancée des connaissances est une évidence. L'histoire alimentaire montre que c'est le cas. Dernier exemple en date : les nitrites en charcuterie.

Au-delà, ce « poison d'avril » est bien plus inquiétant pour la filière bio elle-même... Le « trou d'air » commercial des deux dernières années démontre qu'une part des

consommateurs n'achètent plus la « valeur » du bio. Soit qu'ils n'en ont plus la capacité, soit qu'ils se satisfont d'autres produits (HVE, ZRP, etc.).

Dit autrement, la bio est appelée à

réinventer sa proposition. A réinjecter des raisons d'achats. Bref, à parler de sa propre valeur et moins de celle (contestée) des autres.

Olivier Dauvers



VIGIE GRANDE CONSO

Tous les mois,
l'analyse sans concession
du retail et de la consommation

Infos : caroline.bazin@editionsdauvers.fr