



Bâle, le 2 juillet 2019

Communiqué aux médias

## **Bio Suisse choisit un modèle à trois niveaux pour le commerce de détail**

**Le bio progresse année après année. Pour que cela continue, Bio Suisse a révisé sa politique de distribution. Un modèle à trois niveaux a été choisi pour que les denrées qui sont produites selon le Cahier des charges de Bio Suisse soient disponibles partout où les consommatrices et les consommateurs les attendent.**

Le Bourgeon, la marque de Bio Suisse, peut être utilisé par tout le monde; les producteurs et les transformateurs s'ils respectent le Cahier des charges de Bio Suisse, le commerce de détail selon le modèle de distribution de Bio Suisse. La production, la transformation et la consommation des produits bio a fortement augmenté ces dernières années. Et en même temps le commerce de détail évolue – nouveaux acteurs commerciaux, nouvelles plateformes de commercialisation, nouveaux comportements de consommation.

### **Modèle à trois niveaux**

Davantage de matières premières bio suisses et davantage de produits bio transformés nécessitent une distribution plus large. Ils doivent être plus fortement visibles et disponibles là où les consommatrices et les consommateurs les recherchent – dans la grande distribution, dans le commerce de détail et spécialisé, dans les magasins de quartier, les kiosques, les shops des stations-service et les restaurants. L'écoulement doit progresser main dans la main avec la production.

Bio Suisse réagit aux évolutions du marché et a révisé sa politique de distribution. La base de la Fédération a été largement impliquée dans le processus. Un modèle à trois niveaux est maintenant valable pour le commerce avec les exigences de base suivantes: largeur de l'assortiment bio, partenariats commerciaux équitables, engagement pour la recherche et le développement bio.

Le niveau 3 présente les exigences les plus strictes. Ceux qui les remplissent peuvent utiliser le Bourgeon avec leurs propres marques et dans leur communication. Au niveau 2, le logo BIOSUISSE peut être utilisé avec les propres marques. Et au niveau 1 il est possible de communiquer dans les médias que toutes les matières bio produites en Suisse proviennent de fermes Bio Suisse. Les partenaires de distribution peuvent donc décider eux-mêmes à quel point ils veulent s'engager pour l'agriculture biologique et finalement pour le Bourgeon. À la fin c'est le total des engagements qui décide qui peut utiliser le logo BIOSUISSE ou le Bourgeon.

### **Égalité de traitement pour tous**

Le but était d'adapter les principes de distribution aux besoins actuels et de renforcer le profil de Bio Suisse comme principale fédération bio de Suisse. Le Bourgeon pose des exigences très élevées pour la production et la transformation. Cela doit aussi être le cas pour le commerce. La nouvelle politique de distribution crée des exigences orientées d'après les besoins qui sont valables à l'avenir pour tous les acteurs commerciaux suisses qui veulent travailler avec Bio Suisse.

### **Contact pour les médias:**

Lukas Inderfurth, Responsable Communication Bio Suisse, Tel. 061 204 66 25, [lukas.inderfurth@bio-suisse.ch](mailto:lukas.inderfurth@bio-suisse.ch)

Bio Suisse est la principale organisation bio de Suisse et la propriétaire de la marque Bourgeon. Cette organisation faitière créée en 1981 représente les intérêts de ses 7100 entreprises agricoles et horticolas Bourgeon, et plus de 1000 entreprises agroalimentaires et commerciales ont conclu avec elle un contrat de licence Bourgeon. Le Bourgeon est durable car il offre à nos contemporains une bonne qualité de vie tout en préservant les ressources des générations futures. Ce faisant il remet en équilibre les intérêts de l'homme, de l'animal et de la nature. Et pour que cet équilibre puisse se maintenir durablement, des organismes indépendants contrôlent chaque année l'intégralité de la chaîne de création de valeur ajoutée. [www.bio-suisse.ch](http://www.bio-suisse.ch)