

Rapport annuel 2013.





**«Les producteurs
bio connaissent
les facteurs du
succès.»**

Daniel Bärtschi, directeur (à gauche), et
Urs Brändli, président de Bio Suisse.

Connaissances, passion et chance – pour que les semis lèvent.

Les productrices et producteurs de Bio Suisse s'engagent avec leur Fédération dans un but: susciter des décisions d'achats durables de consommateurs satisfaits.

Blés qui ondulent, bleuets et coquelicots lumineux, épis bien remplis, paille saine – les champs de céréales bio font battre tous les cœurs plus fort. Mais de nombreux facteurs doivent jouer pour que les semis lèvent et fournissent du rendement: Il faut travailler le sol avec ménagement, une rotation culturale diversifiée, une fumure naturelle, des semences sélectionnées et multipliées en bio, un désherbage mécanique ingénieux, favoriser les insectes auxiliaires – et un peu de chance avec la météo. Les producteurs qui travaillent selon le Cahier des charges de Bio Suisse connaissent les facteurs de réussite, maîtrisent leur métier et font leur travail avec passion.

C'est apparemment contagieux: les producteurs qui sont convaincus par cette méthode durable de production de denrées alimentaires sont chaque année plus nombreux. Le nombre de fermes Bourgeon a ainsi augmenté de 2,6% pour passer à 5884. Cette croissance n'a été possible que parce que toujours plus de consommatrices et de consommateurs choisissent les produits bio. Le chiffre d'affaires bio atteint maintenant 2,053 milliards de francs. La forte demande et la bonne santé du marché garantissent des prix agricoles attractifs qui permettent de renforcer la durabilité du Bourgeon non seulement sur le plan écologique mais aussi sur les plans économiques et sociaux.

Le marché florissant est à Bio Suisse ce que les blés ondulants sont aux paysans. Et ici aussi de nombreux facteurs doivent jouer pour que les cœurs battent plus fort: il faut une marque connue et crédible, une assurance-qualité fiable, une communication interne et externe active, une amélioration constante de la durabilité dans les entreprises agricoles et agroalimentaires, des prestations attractives pour la base, des collaborateurs motivés, des relations fortes avec des partenaires perfor-

mants dans le commerce et la politique, l'utilisation intelligente des ressources régionales et une situation financière stable. Bio Suisse a posé la première pierre pour son action au cours des quatre prochaines années en incorporant tous ces facteurs dans la stratégie 2014-17 élaborée en 2013.

Bio Suisse a bien sûr aussi besoin d'un peu de chance. Par exemple, le déménagement du secrétariat s'est révélé super motivant pour les 46 collaboratrices et collaborateurs. C'était donc une véritable chance que ce bâtiment lumineux et agréable du 34 de la Peter Merian-Strasse se soit libéré juste au moment où Bio Suisse devait quitter ses anciens bureaux. L'agrandissement de l'espace de travail était bienvenu notamment à cause de la création d'International Certification Bio Suisse AG (ICB AG). La nouvelle filiale de Bio Suisse, qui a repris les collaborateurs du secteur des importations, a pour tâches de continuer de renforcer la qualité du travail de certification dans le domaine des importations et d'intensifier la collaboration avec les

organismes de contrôle et de certification qui travaillent à l'étranger pour Bio Suisse.

Le marché intérieur progresse et les volumes importés augmentent. Avec ses directives pour les produits importés, Bio Suisse veille à ce que les consommateurs puissent aussi choisir la norme Bourgeon pour des produits comme le café, les fruits tropicaux ou le chocolat. Et les importations permettent de combler les lacunes de la production suisse. Le Bourgeon peut donc servir de fil conducteur pour que tous les achats alimentaires soient un régal responsable et durable.

«La forte demande renforce toute la branche.»



Urs Brändli, Président



Daniel Bärtschi, Directeur

Globalité.

Le système Bourgeon est global: le Cahier des charges doit être respecté dans toute la ferme et par toute la chaîne des denrées alimentaires. En font par exemple partie des cycles aussi fermés que possible, des systèmes autorégulateurs et des règles strictes pour les importations.

Goût.

Le goût délicieux des produits Bourgeon est notamment dû à une transformation des plus soigneuses: la transformation doit être douce et les additifs superflus sont tabous. Par exemple, l'huile à salade Bourgeon doit impérativement être pressée à froid, ce qui conserve particulièrement bien le goût authentique de la matière première.

Diversité.

Les producteurs bio garantissent la biodiversité. Haies, tas de branches, surfaces écologiques, arbres haute-tige et méthodes agricoles naturelles offrent de nombreux habitats aux espèces végétales et animales rares et garantissent la diversité dans le sol, les champs et les magasins.

Bien-être des animaux.

Le bien-être des animaux se trouve tout en haut de la liste de priorités des paysans Bourgeon. En font partie le pâturage si possible quotidien, la sélection animale axée sur la vitalité, l'alimentation des ruminants avec des fourrages grossiers et de nombreuses autres mesures.



Voici comment la plupart d'entre nous décrirait sûrement une tartine à la confiture: en dessous du pain, au milieu du beurre, en dessus de la confiture. Et peut-être qu'on s'en fait une chaque matin. On choisit entre pain blanc et pain complet, entre plus ou moins de beurre, entre confiture aux mûres ou aux fraises. Ce petit snack cache en fait bien plus que des céréales, du beurre, des fruits et du sucre. Nos décisions au sujet du pain influencent des paysages cultivés entiers, celles sur le beurre le bien-être des animaux, et celles pour le sucre ont des conséquences jusque sur l'équité sociale. Cependant,

vu que personne n'a envie de lire des analyses détaillées de valeur alimentaire ou de passer par des arbres décisionnels compliqués avant de manger une tartine à la confiture, mais que beaucoup s'intéressent à la beauté des paysages cultivés, au bien-être animal et aux normes sociales, il y a le Bourgeon. Il garantit que le «contenu» promis par le Cahier des charges de Bio Suisse soit fourni avec les produits. Car manger des céréales Bourgeon contribue à protéger des paysages agricoles riches en habitats pour une multitude d'espèces animales, favorise la sélection de variétés de céréales qui peuvent

Confiance.

Contrôles stricts, analyses de résidus régulières, politique d'importation circonspecte et donc transports les plus courts possible, exclusion des manipulations génétiques, formation et vulgarisation permanentes – toutes ces mesures permettent à Bio Suisse d'encourager la qualité et la sécurité des produits Bourgeon.

Équité.

Le Bourgeon a depuis longtemps des directives sociales. Avec son nouveau projet de relations commerciales équitables, Bio Suisse veut accorder équitablement les intérêts des paysans avec ceux de la transformation, du commerce et des consommateurs.

Protection des ressources.

Les paysans bio renoncent de manière cohérente aux pesticides chimiques de synthèse et aux engrais minéraux facilement solubles et réduisent ainsi la pollution des sols, des eaux et de l'air. Et de nombreuses mesures de protection du climat complètent les prestations du Bourgeon.



être cultivées sans pesticides de synthèse ni engrais chimiques et encourage l'engagement de la branche pour des relations commerciales équitables. Et chaque morceau de beurre Bourgeon a été fait avec le lait de vaches qui vont régulièrement au pâturage en été et en plein air en hiver, qui mangent surtout de l'herbe et du foin et très peu de céréales et de soja – et qui n'ont pas été sélectionnées uniquement sur le rendement mais aussi sur la santé et la longévité de production.

Et dans le sucre de canne Bourgeon, qui vient en majorité d'Amérique latine, se cache la garantie qu'il correspond aux

mêmes normes strictes que les produits biologiques suisses et que des surfaces naturelles dignes de protection n'ont pas été déforestées pour sa production, mais aussi que les producteurs doivent respecter des normes sociales qui protègent leurs employés.

Oui, il y a tout cela dans une tartine à la confiture – si tous les ingrédients ont le Bourgeon.

«Les entreprises familiales sont la base de l'agriculture biologique.»



Bio Suisse s'engage aussi en politique pour de bonnes conditions cadres.

Bio Suisse s'engage pour une politique agricole qui harmonise bien les buts écologiques, sociaux et économiques. Et en même temps elle encourage ses membres producteurs à respecter les principes du développement durable.

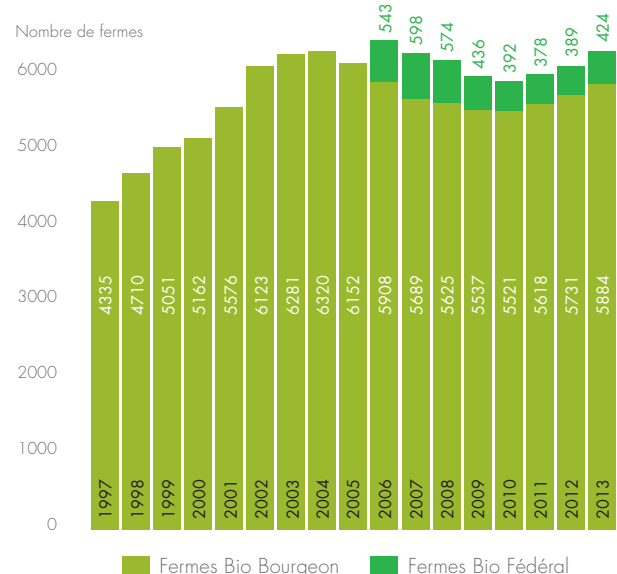
En 2013, Bio Suisse a mis l'accent sur le travail de lobbying sous la Coupole fédérale. Bio Suisse considère que la politique agricole 2014-17 votée par le Parlement et concrétisée par le Conseil fédéral est un compromis acceptable qui harmonisera mieux les buts écologiques, sociaux et économiques. Le renforcement de l'encouragement des grandes cultures et des contributions à la sécurité de l'approvisionnement permettra à l'agriculture suisse de produire davantage de calories et à la Confédération de protéger de manière mieux ciblée la biodiversité, l'utilisation durable des ressources et le bien-être animal. Bien que cela renforce la production durable dans l'agriculture, une grande partie des fermes bio ne recevront pas automatiquement plus de paiements directs mais devront fournir encore plus de prestations écologiques.

La Fédération aide ses membres à le faire, par exemple en réalisant le projet de vulgarisation «Biodiversité Bourgeon: pour une meilleure qualité de vie». Avec l'Institut de recherche de l'agriculture biologique (FiBL), l'Association Suisse pour la Protection des Oiseaux ASPO/BirdLife Suisse et le cofinancement fourni par le Fonds Coop pour le développement durable, Bio Suisse assure le transfert aux praticiens des connaissances de la recherche et de la vulgarisation et favorise l'échange entre les productrices et producteurs Bourgeon dans le domaine de la biodiversité. Ce projet de trois ans a démarré en 2013 avec huit visites sur le terrain, 400 participants et des conseils individuels de paysans à paysans. Bio Suisse a reçu de nombreuses réactions positives au sujet de cette approche de vulgarisation et veut l'utiliser dans d'autres domaines.

Sur le plan politique, Bio Suisse s'est aussi engagée pour les nouvelles contributions pour la production de lait et de viande basée sur les herbages, qui encouragent une alimentation des ruminants comprenant le plus possible de fourrages grossiers

et le moins possible de concentrés. Ce principe est déjà ancré depuis longtemps dans notre Cahier des charges, qui stipule que les rations des ruminants doivent contenir au minimum 90% de fourrages grossiers. D'un côté c'est bien adapté aux besoins des animaux, et de l'autre cela laisse davantage de céréales pour l'alimentation humaine au lieu de les utiliser pour affourager les animaux. Et voilà que ce principe d'affouragement est aussi encouragé par l'État. En plus de la politique agricole 2014-17 et du projet pour la biodiversité, Bio Suisse s'est occupée de thèmes de vulgarisation agricole pour la durabilité, la sélection et la santé animale, et elle a aussi intensifié la collaboration avec les vulgarisateurs cantonaux. Et le secrétariat a comme chaque année répondu aux questions téléphoniques sur le Cahier des charges de Bio Suisse ainsi qu'aux demandes des producteurs et des vulgarisateurs.

Nombre de fermes bio en Suisse et dans la Principauté du Liechtenstein de 1997 à 2013



Les grandes cultures sont écologiques et fournissent des denrées alimentaires.

La surface des terres ouvertes bio a augmenté de 17,3% depuis 2011. Les grandes cultures bio sont attractives pour les consommateurs, la nature et l'ensemble de la filière bio.

Les grandes cultures restent le secteur de l'agriculture biologique qui a le plus grand potentiel et la meilleure dynamique de croissance. On le voit notamment dans l'augmentation de la surface des terres ouvertes bio de 17,3% depuis 2011 pour atteindre 10'872 hectares en 2013.

La demande pour la provenance suisse est très forte pour presque toutes les cultures et offre aux nouveaux producteurs de bonnes possibilités d'écoulement. La quantité de céréales panifiables bio transformée en Suisse pendant la saison 2012-2013 a été de 34'634 tonnes au total. Les céréales suisses couvrent 35% de cette demande. C'est l'épeautre qui a la plus forte proportion suisse avec plus de 50%; il est suivi par le seigle (40%) et le blé (33%). Avec 12'600 tonnes, la récolte de céréales panifiables bio a été à peine plus grosse que l'année d'avant parce que la baisse des rendements provoquée par le mauvais temps a contrebalancé l'augmentation des surfaces.

Le marché des céréales panifiables reste attractif pour les producteurs grâce aux bons prix agricoles de référence, 106 francs les 100 kilos pour le blé, 95 francs les 100 kilos pour le seigle et 114 francs les 100 kilos pour l'épeautre. Et le commerce a commencé en 2012 d'acheter comme tel le blé panifiable de reconversion, ce qui augmente encore l'attractivité de la reconversion et des reprises de surfaces.

La demande pour les oléagineux bio reste aussi très forte, en particulier pour le tournesol Bourgeon suisse. La branche et Bio Suisse ont réalisé différentes mesures de communication (articles rédactionnels et publicités dans la presse agricole, visites sur le terrain, séances d'information régionales) pour attirer l'attention sur cette culture. Avec un succès modéré: les taux de croissance sont élevés mais les chiffres absolus sont encore bas. Alors que plusieurs milliers de tonnes de graines et d'huile de tournesol ont été importées en 2013, la production suisse de graines de tournesol bio a doublé pour atteindre

211 tonnes. Cette culture est pourtant agronomiquement moins exigeante que le colza: S'il lui faut des automnes sans brouillard, elle se débrouille avec peu d'éléments nutritifs et n'a pas d'ennemi direct à part les pucerons. Sans compter que les champs de tournesol colorent le paysage agricole, que leur longue durée de culture les rend attractifs pour les auxiliaires et qu'ils diversifient les rotations culturales chargées en céréales.

Bio Suisse table sur le fait que la culture biologique des céréales va continuer d'évoluer positivement en Suisse. Une attention particulière doit être accordée au développement en Romandie car il est nécessaire d'y encourager la reconversion à l'agriculture biologique, et la Fédération veut se rendre attractive pour les nouveaux membres. Bio Suisse a donc d'une

«La Fédération a accueilli 256 membres de plus en 2013.»

part soutenu financièrement et avec des ressources humaines la Journée suisse des Grandes Cultures Bio de Moudon VD ainsi que les plans d'action bio des cantons de Fribourg et de Vaud, et d'autre part elle a posé avec des conseillers bio, des organisations bio, des services cantonaux et l'Institut de recherche de l'agriculture biologique (FiBL) les bases d'un engagement plus fort en Suisse romande, ce qui doit donner un nouvel élan à l'agriculture biologique suisse.

La Fédération a accueilli 256 membres de plus en 2013. Il y a donc maintenant 5921 producteurs qui respectent le Cahier des charges de Bio Suisse et 391 qui travaillent selon l'Ordonnance bio. Le contrat avec Bio Suisse a été résilié dans 79 cas – surtout pour cause d'abandon de l'agriculture. Bio Suisse n'a dû exclure que 7 producteurs.



**«La demande
est toujours aussi
forte pour le
tournesol bio.»**

Kai Tappolet, paysan Bourgeon à Wilchingen SH,
contrôle si ses tournesols ont le mildiou.



**«La stratégie pour
la durabilité
concerne aussi la
transformation.»**

Corinne Mühlebach, du moulin Bourgeon Mühlebach à Würenlingen AG,
discutant de la qualité de la farine avec ses collaborateurs
Musa Rexhepaj (à droite) et Carsten Heimburger.

La durabilité est essentielle. Aussi dans la transformation.

Bio Suisse soutient ses preneurs de licences dans la poursuite du développement de la durabilité de leurs entreprises. La Fédération a élaboré en 2013 une stratégie de durabilité qui montre la voie à suivre.

Le Bourgeon n'est pas seulement une norme élevée pour la production agricole, il établit aussi des critères pour la transformation et le commerce des denrées alimentaires. Le Bourgeon garantit par exemple que les aliments sont fabriqués sans aucun colorant, que la liste des additifs est fortement limitée, que la transformation douce est la devise suprême ou encore que les preneurs de licences Bio Suisse participent à des projets pour un commerce équitable et de bonnes conditions

«Durabilité et plaisir gustatif: continuer le développement à un haut niveau»

de travail. Si les entreprises agricoles et horticoles doivent être entièrement reconverties au bio et ne peuvent pas avoir de cultures conventionnelles, les preneurs de licences ne doivent respecter le Cahier des charges de Bio Suisse que pour les produits fabriqués avec le Bourgeon. La Fédération vise une amélioration permanente de la durabilité aussi chez les preneurs de licences, c'est-à-dire aussi dans la transformation et le commerce. Elle a donc renforcé ses activités pour le Catalogue de mesures durables lancé l'année d'avant. Basé sur des critères standardisés, ce catalogue permet depuis lors aux 847 preneurs de licences d'évaluer eux-mêmes la durabilité de leurs entreprises et d'identifier les éventuels points faibles et potentiels d'amélioration. Ce catalogue, dont il existe aussi une version pour les entreprises agricoles, est consultable sur le site internet www.bio-suisse.ch. En plus de la possibilité d'autoévaluation, il fournit une vue d'ensemble sur les mémos

et projets de Bio Suisse importants pour la durabilité et conduit l'utilisateur vers de plus amples informations sur le thème de la durabilité. Il y a déjà 423 entreprises qui ont saisi cette chance de répondre aux questions du catalogue et de recevoir d'importantes impulsions dans ce domaine. Du point de vue de la communication, Bio Suisse a encouragé la participation à ce projet par un concours et par la publication dans le magazine «bioactualités» de nombreux portraits d'entreprises agricoles et agroalimentaires qui travaillent de manière particulièrement durable.

Le catalogue d'autoévaluation de la durabilité est une des différentes mesures lancées par Bio Suisse dans ce domaine et se base sur la stratégie générale de la Fédération, mais Bio Suisse a élaboré en plus en 2013 une stratégie de durabilité au cours d'un vaste processus. Bio Suisse veut maintenant partir de cette stratégie pour lancer avec l'ensemble de la filière un nouveau processus participatif dont le but sera de définir des buts et des critères concrets pour la durabilité dans les prestations des preneurs de licence et dans les produits, puis de les soutenir par des projets de développement et de vulgarisation.

Cette stratégie de durabilité implique que les entreprises agroalimentaires continuent de se développer à un haut niveau. La même chose vaut d'ailleurs pour le concours annuel du Bourgeon Gourmet qui permet aux meilleurs transformateurs bio de se mesurer. Ce concours de qualité de Bio Suisse a enregistré en 2013 une participation record avec 123 produits candidats. Un jury indépendant a donné la distinction tant convoitée à 49 produits que Bio Suisse a ensuite présentés aux médias puis proposés en dégustation au public en juin 2013 lors du Bio Marché de Zofingue.

Le bio atteint une part de marché de 6,9 pour cent.

Nouvelle poussée de croissance sur le marché intérieur, amélioration de l'assurance-qualité et renforcement du développement du marché dans les pays voisins – le bio s'impose de plus en plus aussi bien en Suisse que sur le plan international.

La bonne nouvelle était prévisible au vu des nombreuses activités bio des entreprises commerciales, avec devant toutes les autres la Coop avec le jubilé des 20 ans de Naturaplan: Il a progressé de 12,1% à 2,053 milliards de francs en 2013. À titre de comparaison, il était encore de 1,44 milliard en 2008. La Coop, qui se taille la part du lion avec 1001 millions, est suivie par la Migros avec 528 millions, le commerce spécialisé avec 259 millions, la vente directe avec 113 millions et le reste du commerce de détail, des grands magasins etc. avec 78 millions et 74 millions.

La part de marché du bio atteint globalement 6,9% de l'ensemble du marché alimentaire. Avec 16,0%, la progression est de nouveau impressionnante pour le secteur de la viande et du poisson. Ce groupe de produits est ainsi de nouveau parmi ceux qui progressent le plus fortement. La plus grande part de marché continue d'être celle des œufs avec 21,2%, suivis par le pain frais avec 20,3% et par les légumes, les salades et les pommes de terre avec 13,5%. La croissance du marché ne soutient pas seulement les possibilités d'écoulement des producteurs, elle permet aussi à la transformation et au commerce de profiter de nouvelles économies d'échelle. Et les activités publicitaires et promotionnelles diversifiées de Bio Suisse et de ses partenaires ont soutenu efficacement cette croissance réjouissante. Elles ont aussi contribué à faire monter la notoriété du Bourgeon à 61,2% et à lui conférer une très bonne réputation sur le marché.

Cette progression implique cependant pour Bio Suisse une augmentation du travail et des exigences pour le contrôle et la certification. Bio Suisse a donc créé en septembre 2013 sa nouvelle filiale International Certification Bio Suisse AG (ICB), qui a pour mandat de continuer de renforcer la qualité du travail de certification ainsi que la collaboration avec les organismes de contrôle et de certification qui sont actifs pour Bio

Suisse à l'étranger. Elle forme par exemple les collaborateurs des organismes de contrôle et les auditionne sur leurs activités de contrôle. ICB AG a repris une grande partie des collaborateurs du secteur des importations de Bio Suisse et a préparé l'accréditation de son travail de certification par le Service d'accréditation suisse SAS. La mise en place de la nouvelle société s'est déroulée comme prévu grâce à l'engagement de tous les concernés.

Évolution du marché bio en Suisse en millions de francs

Total marché bio (discounts inclus)



Bio Suisse s'engage en outre à diminuer les importations de soja Bourgeon de Chine et a défini avec la filière des aliments fourragers bio un plan de réduction pour diminuer la part de soja chinois de 5 pour cent par année jusqu'à moins de 50% d'ici 2019 puis à la maintenir à un maximum de 50%. Bio Suisse veut ainsi d'une part diminuer le risque de dépendre des importations d'un seul pays et d'autre part, conformément à sa politique d'importation, favoriser les importations provenant de pays plus proches.



**«Il faut que tout
joue bien, du champ
au rayonnage,
pour garantir une
haute qualité bio.»**

Beatrice et Christoph Züst vendent le pain Bourgeon de leur entreprise familiale «Holzofenbäckerei Jakober» d'Appenzell à des magasins bio dans toute la Suisse.

Bilan au 31 décembre 2013 et comparaison avec 2012

	2013	2012
	Total CHF	Total CHF
Actifs		
Actifs circulants		
Liquidités	2 165 964.00	3 480 071.54
Débiteurs	1 387 886.43	372 824.82
Marchandises	1.00	1.00
Actifs transitoires	1 211 026.75	1 181 157.60
Total actifs circulants	4 764 878.18	5 034 054.96
Actifs immobilisés		
Placements financiers	2 810 569.56	2 876 630.13
Participations	2.00	30 002.00
Mobilier et parc informatique	2.00	2.00
Total actifs immobilisés	2 810 573.56	2 906 634.13
Total actifs	7 575 451.74	7 940 689.09
Passifs		
Fonds étrangers		
Fonds étrangers à court terme	1 276 886.90	1 417 110.48
Fonds divers (à court terme)	914 300.79	672 234.06
Campagnes RP	450 708.65	506 573.05
Passifs transitoires	1 043 161.90	1 201 622.35
Provisions à court terme	817 050.00	1 216 100.00
Provisions à long terme	640 000.00	630 000.00
Réserves	10 000.00	40 000.00
Total fonds étrangers	5 152 108.24	5 683 639.94
Fonds propres	2 257 049.15	2 191 566.28
Total passifs	7 409 157.39	7 875 206.22
Excédent de recettes	166 294.35	65 482.87

Compte d'exploitation du 1^{er} janvier au 31 décembre 2013 et 2012

	Total CHF	Total CHF
Recettes		
Vente de matériel	1 587 746.45	1 576 110.15
Contributions producteurs, y compris PSL	2 762 494.00	2 778 427.80
Subventions fédérales promotions des ventes	1 327 500.00	1 363 164.70
Droits de licence et d'utilisation de la marque	7 390 351.03	7 154 404.08
Certification pour l'étranger	53 420.00	45 100.00
Tiers, dons, honoraires, sanctions	161 508.75	31 732.60
Autres recettes	787 144.10	385 933.35
Recettes magazine bioactualités	231 225.14	240 329.30
Intérêts, différences de cours	16 401.78	15 109.24
Frais hors exploitation (rendement des placements)	12 211.10	9 249.28
Recettes extraordinaires	67 977.00	32 095.25
Total recettes	12 968 979.35	12 213 155.75
Charges		
Marchandises	436 511.96	479 488.01
Prestations de tiers	2 057 465.73	1 785 248.81
Frais de personnel	4 638 183.44	4 577 710.85
Frais externes	798 718.45	839 611.40
Charges d'exploitation	841 345.51	565 697.43
Publicité et marketing	3 434 027.10	2 909 372.55
Dépenses de communication d'entreprise	145 424.56	131 170.16
Frais financiers (frais, différences de cours)	2 416.35	1 482.12
Amortissements	229 984.05	185 893.70
Charges extraordinaires	110 000.00	545 000.00
TVA: réduction de la charge préalable	108 607.85	126 997.85
Total charges	12 802 685.00	12 147 672.88
Excédent de recettes	166 294.35	65 482.87

Finances.

Bio Suisse boucle l'exercice 2013 avec un excédent de recettes de 280'000 francs. Les droits de licence et d'utilisation de la marque passent de 7,1 à 7,4 millions de francs.

L'augmentation des chiffres d'affaires bio et des recettes provenant des activités de promotion des ventes a permis à Bio Suisse de réaliser une progression des recettes de 723'000 francs pour atteindre 12,936 millions de francs. Les revenus des licences et des droits d'utilisation de la marque ont augmenté à 7,390 millions de francs. Les contributions des producteurs ont augmenté pour atteindre 1,621 million de francs. Les dépenses ont en même temps augmenté de 12,147 à 12,590 millions de francs, surtout à causes de dépenses extraordinaires pour les activités de promotion des ventes. Il en résulte au final un excédent de recettes de 280'000 francs.

Bio Suisse a investi en 2013 2,560 millions de francs dans la garantie et le développement de la qualité, 4,900 millions de francs dans le marché, 1,057 million de francs dans la communication d'entreprise, 0,890 million de francs dans les finances et l'administration et 0,793 million de francs dans la direction et la politique. Les dépenses pour les organes de la Fédération, les Assemblées des délégués et les Conférences des présidents se montent à 1,370 million de francs, et 0,380 million de francs ont été consacrés aux amortissements, aux taxes et à la constitution de réserves. Ces fonds ont permis à Bio Suisse de fournir de bonnes prestations aux producteurs et preneurs de licences Bourgeon dans les domaines de l'assurance-qualité, de la gestion des marchés et de la communication.

Des fonds, en partie affectés à des objectifs précis, ont financé différentes activités d'encouragement de la durabilité en passant par des thèmes comme la santé des bovins, la sélection végétale biologique, l'encouragement des grandes cultures biologiques, la gestion d'entreprise, la mise en valeur régionale, le climat, la biodiversité ou les facteurs sociaux de la reconversion à l'agriculture biologique.

Organisation et contacts.



Le Comité de Bio Suisse

Les organes de Bio Suisse

Le Comité

Urs Brändli, Président, Goldingen SG
 Danielle Rouiller, Vice-présidente, Cernier NE
 Christian Butscher, Liestal BL
 Claudia Lazzarini, Le Prese GR
 Monika Rytz, Olsberg AG
 Milo Stoecklin, Séprais JU
 Josef Stutz, Schongau LU

Les Commissions et leurs Président-e-s

- Commission de gestion, Susanne Häfliger-Stäubli, Oberhof AG
- Commission de labellisation agricole, Andreas Bärtschi, Lützelflüh BE
- Commission de labellisation de la transformation et du commerce, Regula Bickel, Zurich ZH
- Commission de labellisation des importations, Paul van den Berge, Minusio TI
- Commission de la formation, Danielle Roullier, Cernier NE
- Commission technique Grandes cultures, André Horisberger, Chavannes-le-Veyron VD
- Commission technique BioVin, René Güntert, Miège VS
- Commission technique Œufs, Peter Lüscher, Holziken AG
- Commission technique Viande, Peter Haldemann, Raperswil TG
- Commission technique Légumes, Stephan Müller, Steinmaur ZH
- Commission technique Plantes aromatiques, Lukas Studer, Attiswil BE
- Commission technique Lait, Urs Flammer, Zuzwil SG
- Commission technique Fruits, Hans Oppikofer, Steinebrunn TG
- Commission technique Plantes ornementales, Bina Thürkauf, Riehen BS

La base

La démocratie est la force particulière des producteurs biologiques suisses

Avec deux Assemblée des délégués par année, la possibilité de décider soi-même le contenu du Cahier des charges, trois Conférences des Présidents et le magazine attractif «bioactualités» comme plateforme, les producteurs biologiques suisses ont de nombreuses possibilités d'influence et vivent en démocratie. La base est encore renforcée par l'attribution de moyens financiers aux organisations membres. En 2013, Bio Suisse a soutenu 13 projets des organisations membres avec 138'120 francs et leur a attribué au total 166'697 francs de contributions forfaitaires.

Le secrétariat

Ici aussi il la durabilité est de mise

Le secrétariat de Bio Suisse comptait 46 collaboratrices et collaborateurs au 31 décembre 2013 pour un total de 36,25 postes à temps complet. En 2014, Bio Suisse recensera pour la première fois des indicateurs de durabilité pour le secrétariat et les fera intervenir dans la rédaction du rapport annuel. En 2013, 7 collaboratrices et collaborateurs ont passé au total 14 jours de stage pratique dans des fermes bio – un engagement qui est obligatoire pour tous les nouveaux collaborateurs et leur fait respirer l'air des étables et de la campagne.

Contacts importants

Les principaux responsables

- Directeur: Daniel Bärtschi*
- Directrice adjointe et responsable du département Finances et personnel: Doris Schwarzenbach*
- Responsable du département Communication d'entreprise: Stephan Jaun*
- Responsable du département Garantie et développement de la qualité: Hans Ramseier*
- Responsable du département Marketing: Jürg Schenkel*
- Politique: Martin Bossard
- Médias: Andreas Käsermann
- Fédération: Christian Vögeli

* Membre de la Direction

Ce rapport annuel et bien d'autres informations sur Bio Suisse se trouvent sur www.bio-suisse.ch.

Impressum:

Photos: Marion Nitsch, maquette: Marc Siegenthaler
Réalisation: Stephan Jaun et Petra Schwinghammer,
Communication d'entreprise de Bio Suisse



Bio Suisse
Peter Merian-Strasse 34
CH-4052 Bâle

Tél. 061 204 66 66
Fax 061 204 66 11
courriel bio@bio-suisse.ch

Chez les Tappolet, tous les membres de la famille participent aux travaux de leur ferme Bourgeon de Wilchingen SH.

