



RAPPORT
D'ACTIVITÉ
2012

Cultivons notre différence



1ER RÉSEAU DE MAGASINS BIO EN FRANCE



Édito

Voilà 25 ans que Biocoop, réseau pionnier en matière de consommation responsable, de respect de l'environnement et d'économie solidaire, relie les hommes entre eux pour une économie de besoin et non de consumérisme.

Depuis toujours, la transparence, l'équité et la coopération, valeurs fondatrices de Biocoop, constituent le triangle d'or de l'économie locale et humaine, que le réseau développe depuis ses débuts. Assurément politique, notre projet de développement d'une agriculture biologique paysanne d'une part, et de mise en œuvre d'une consommation responsable d'autre part, assoit les engagements du réseau Biocoop au travers d'une démarche implicitement militante.

Notre histoire, nos engagements et notre expertise, empreints de valeurs fortes, font de Biocoop un acteur incontournable de la distribution spécialisée dans le domaine de la Bio et légitime auprès des consommateurs et des producteurs. Nous sommes bien loin du mercantilisme de ces enseignes qui se saisissent du « créneau bio » par opportunisme.

Au cours de cette année 2012, l'entreprise a encore évolué. Les économies d'échelles corollaires d'une croissance maîtrisée en sont le point fort.

Le congrès bi-annuel des sociétaires a été l'occasion d'affirmer la posture militante que le réseau Biocoop revendique pour un changement de société. Les orientations, tant sur le modèle d'agriculture que nous défendons que sur les valeurs et les exigences que nous portons, ont été renforcées. Ainsi, notre coopérative confirme son engagement sociétal cohérent pour une consommation responsable dont le support principal est la Bio.

Cette cohérence englobe d'autres démarches comme celles des transitions citoyennes de l'énergie, de la propriété de la terre nourricière, des recherches sincères sur les questions de santé et d'environnement.

Plébiscités par les consommateurs, cohérence et militantisme nous caractérisent. Biocoop doit rester précurseur tout autant que moteur sur les axes de changement de société.

La force d'un collectif qui coopère est ici porteuse d'un modèle de changement cohérent et durable.

Claude Gruffat
PRÉSIDENT

Entretien avec...



Gilles Piquet-Pellorce
DIRECTEUR GÉNÉRAL

Que retenir de l'année écoulée ?

Continuer à revendiquer nos valeurs en 2012 nous aura été bénéfique. Nous avons réalisé une belle année dans un contexte économique pourtant fragile. Le respect de nos valeurs, issues de l'histoire de Biocoop, nous assure une entière légitimité. Face aux autres réseaux qui considèrent la Bio comme une opportunité de marché et non comme une véritable alternative, Biocoop tient son rang. Nous affirmons nos engagements et les respectons sans concession ! À travers son modèle économique et ses valeurs fortes, Biocoop est ancrée dans une réelle modernité qui aujourd'hui est reconnue, tant par les consommateurs, que par les professionnels qui souhaitent rejoindre notre réseau.

Quelles ont été les principales réalisations en 2012 ?

Difficile de les citer toutes ! Je retiens que, dans un contexte général de crise du modèle économique, Biocoop SA Coop se porte bien. Grâce à une croissance qui atteint les 10%, nous continuons notre progression. Le réseau poursuit son développement. En 2012, ce sont 47 projets de développement magasins qui ont été menés dont 23 créations. Chaque jour, les sociétaires sont accompagnés par des équipes Biocoop solides. Tout en poursuivant le développement d'une offre exigeante de produits, nous avons

travaillé pour améliorer la recherche de producteurs locaux par les magasins. Des emplois dédiés à cette mission ont été créés permettant ainsi de réaffirmer nos valeurs d'une Bio de proximité et renforçant le respect des engagements de notre charte. Afin d'améliorer notre efficacité opérationnelle et d'assurer le bien-être au travail de nos salariés, nous avons poursuivi la modernisation des outils logistiques. Dans un souci constant d'amélioration de la qualité du service rendu à nos magasins, nous avons également persévéré dans notre démarche de rationalisation des coûts. De nombreuses nouveautés ont été proposées à nos clients. Produits innovants, ils ont reçu un excellent accueil de la part de nos consommateurs. Biocoop Sa Coop poursuit un travail de renforcement des liens avec la production notamment au travers d'investissements financiers. Par exemple en 2012, notre filière DéfiBio a pu soutenir la société Biogam pour le développement d'un outil de transformation du lait.

Quelles sont les perspectives pour demain ?

L'année 2013 a débuté sous le signe de nouveaux scandales alimentaires. Je demeure convaincu que notre degré d'exigence nous protège de telles crises ! Nous continuerons à grandir, prudemment mais avec grande confiance. Je suis persuadé que nous avons bâti des fondations qui nous permettent aujourd'hui d'allier économie maîtrisée, écologie intégrée et social responsable. Des engagements qui sont pour moi les trois piliers de la réussite de demain.

Grâce à la mise en place d'une direction de la communication, Biocoop renforcera ses actions de communication pour faire connaître ses valeurs, loin du Greenwashing.

Chaque jour, je ressens un immense plaisir à guider l'entreprise Biocoop et une grande fierté à travailler aux côtés d'hommes et de femmes qui se sont engagés pour des valeurs bien réelles ! Biocoop réaffirme au quotidien la pertinence de son projet et prouve que la Bio selon Biocoop n'est pas une utopie !



Biocoop en quelques dates...

1986

Création de l'association loi 1901 Biocoop par les magasins signataires de la charte.

1993

Le cahier des charges Biocoop réunit sociétés coopératives et non coopératives. Il définit des règles collectives qui portent sur la sélection des produits, la gestion des entreprises et leur dimension sociale.

2000

Mise en place de partenariats avec les interlocuteurs en amont, au travers d'une convention avec la Fédération Nationale de l'Agriculture Biologique. Biocoop initie une démarche de construction de filières.

2005

Biocoop réalise la fusion/absorption de ses plateformes logistiques et bénéficie ainsi d'un outil économique performant fondé sur un catalogue commun et sur l'amélioration des prestations aux magasins. Biocoop Restauration est créée.

2006

Biocoop fête vingt ans de développement de l'agriculture biologique dans un esprit d'équité et de coopération et vote l'ouverture de son capital social aux groupements de producteurs 100% bio. La Société de Transport Biocoop est créée.

2011

Gilles Piquet-Pellorce prend la direction générale de Biocoop SA Coop aux côtés de Claude Gruffat qui en assure la présidence. Biocoop lance sa première campagne nationale de communication : « Biocoop n'a rien à cacher ».

2012

La gamme emblématique de produits Ensemble pour plus de sens s'affirme et devient Ensemble, Solidaires du producteur au consommateur.

Chez Biocoop, plus de 400 références sont disponibles au rayon vrac.
Un mode de consommation économique et écologique.

Biocoop

Plus de 25 ans d'engagement



La mission
de Biocoop

Né de consommateurs engagés, le réseau Biocoop rassemble plus de 340 magasins, près de 1200 producteurs agricoles, 3500 salariés et de nombreux consommateurs autour d'un objectif commun : le développement d'une agriculture biologique paysanne et de proximité, dans un esprit d'équité et de coopération.

Fin des années 70, des consommateurs et des producteurs, animés par une même volonté de soutenir l'agriculture biologique pour développer une consommation bio de qualité, se réunissent en coopératives et constituent des Coops.

Jusqu'en 1985, de nombreuses initiatives se développent sous formes coopératives en France. Une agriculture biologique encore désorganisée, une multitude de cahiers des charges bio aux exigences disparates, des projets aux portées diverses amènent les uns et les autres à échanger pour s'organiser.

De ces rencontres émergent 2 groupements régionaux réunissant producteurs et consommateurs : **Intercoop** (1983 - Ouest) et **Biopaïs** (1984 - Sud-Est).

Motivées par la mise en place d'une organisation davantage structurée, c'est en 1986 que les Coops organisent leur première rencontre nationale au cours de laquelle la charte fondatrice de l'association Biocoop sera établie.

Biocoop est née.

Biocoop c'est quoi pour vous aujourd'hui ?



Laurent Proux

Producteur céréalier bio, adhérent à la CORAB (coopérative de producteurs en Charente-Maritime) et membre du conseil d'administration de Biocoop

« Vous connaissez beaucoup de distributeurs qui impliquent les producteurs au cœur de leurs décisions ? Il se trouve que je représente la CORAB au sein du conseil d'administration de Biocoop et cette implication dans les réflexions et décisions stratégiques donne davantage de sens à mon métier ! »



Marc Pousin

Éleveur de volaille dans la région Poitou-Charente, président de l'association Volaille Bio Bocage

« Biocoop est un client avec qui nous entretenons des relations franches et transparentes. En ce qui concerne la filière volaille, Biocoop est un distributeur impliqué qui joue un rôle important dans l'animation du réseau de producteurs. »



Vincent Lestani

Producteur fruits et légumes, directeur de la CABS (Coopérative des Agriculteurs Biologistes du Sud-Ouest) et membre du conseil d'administration de Biocoop

« Chez Biocoop, les relations dépassent le simple client/fournisseur ! Le profit financier n'est pas au cœur des échanges mais bien le profit humain : chacun doit s'y retrouver, producteurs, magasins, salariés et consommateurs. Un gage de confiance pour notre objectif commun : développer l'agriculture paysanne bio en France ! »



Mélanie
Consommatrice
Biocoop

« Biocoop me permet de consommer bio en toute confiance, je connais l'origine de mes produits ! J'ai 31 ans, 2 enfants et chaque jour je suis heureuse de pouvoir leur offrir une alimentation saine et sûre. J'aime l'idée de la vente en vrac, c'est un moyen simple de réduire nos déchets et ainsi de participer à notre manière à la protection de la planète ! »



Stéphane Lévêque

Gérant de la Biocoop Scarabée à Saint-Grégoire (35)

« Chez Biocoop, nous poussons loin la notion de partenariat, on ne va pas couper les producteurs en rondelles pour essayer d'obtenir un bon prix. Nous travaillons au plus près en respectant des valeurs sociales et écologiques. »



Pierre Demasi

Directeur des ressources humaines chez Biocoop

« Biocoop est une entreprise militante, authentiquement inscrite dans une démarche de RSE (Responsabilité Sociale et Environnementale) et de développement durable, dont la politique sociale doit désormais favoriser l'engagement des Hommes dans le projet militant, l'anticipation des besoins de l'organisation et la diffusion d'une communication transparente autour de nos actions responsables. »

Tous acteurs

Gouvernance



Les sociétaires coopérateurs

Les sociétaires coopérateurs correspondent à l'ensemble des personnes morales qui bénéficient des services de la coopérative.

Les magasins : richesse du réseau Biocoop

Magasins indépendants, sociétés commerciales coopératives et non coopératives, leur diversité fait toute la richesse du réseau. Magasins de proximité, les biocoops le sont aussi par leur mode d'approvisionnement. La priorité est donnée à la vente de produits locaux et de saison.



Composé de 340 magasins en décembre 2012, le réseau poursuit son développement. Son ambition est de mettre les produits de l'agriculture biologique à la portée de consommateurs toujours plus nombreux.

La charte Biocoop : un texte fondateur

Les sociétaires dirigeants de magasins ont établi une charte sur laquelle repose l'ensemble de leurs activités. Esprit de coopération et développement d'une agriculture biologique durable, transparence et équité des relations

commerciales, qualité des produits et participation des consommateurs sont les piliers d'un texte fédérateur pour les acteurs du réseau. Un cahier des charges composé de trois conventions - distribution, gestion, sociale - traduit cette charte en engagements mesurables.

Des groupements agricoles bio

Les sociétaires agricoles capitalisent à hauteur de 2% de leur chiffre d'affaires le plus haut dans Biocoop SA Coop, au même titre que les magasins. Ainsi, ils ont accès à l'ensemble des instances de Biocoop. Ils sont représentés par 2 producteurs au sein du conseil d'administration. La section agricole est le rassemblement des sociétaires agricoles de Biocoop SA Coop. Elle comprend 9 sociétaires issus de 4 filières de production distinctes :

magasins et producteurs participent aux différentes instances décisionnelles du réseau

- › Fruits et Légumes : APFLBB, Norabio, Cabso
- › Céréales : Corab, Bicocer, Cocebi
- › Viandes : Bio Direct, Le Pré Vert
- › Lait : Biolait

Ainsi, magasins et producteurs participent aux différentes instances décisionnelles du réseau : au niveau local, dans les réunions de bassins ou de maisons régionales, et au niveau national, dans les commissions de référencement produits, puis enfin au niveau stratégique, au sein du conseil d'administration.

Les producteurs garantissent que les décisions qui sont prises sont en accord avec l'un des piliers fondateurs du réseau Biocoop : le développement de l'agriculture biologique paysanne et de proximité.

Au delà de cet enjeu politique, la section agricole permet aussi un rapprochement entre producteurs et magasins à un niveau très local, dans l'objectif de mieux se connaître pour mieux se comprendre et donc mieux travailler ensemble.

Les sociétaires non coopérateurs

Les sociétaires non coopérateurs correspondent aux salariés de Biocoop SA Coop, aux salariés des magasins du réseau Biocoop et à l'association de consommateurs Bio Consom'acteurs. Ils contribuent et participent aux décisions stratégiques du réseau.

Mieux se connaître pour mieux se comprendre, donc mieux travailler ensemble

Biocoop, engagement et éthique



Plus qu'un simple distributeur de produits bio, Biocoop souhaite influencer sur les décisions politiques, professionnelles et sociétales qui le relient à ses objectifs de développement de l'agriculture biologique et de consommation responsable.

Pour une profession responsable

Biocoop s'investit dans la réglementation du travail, suit les dossiers d'importation et de législation européenne, participe à la mise en place de labels comme Bio Cohérence et siège à la commission nationale des labels, au comité d'accréditation des organismes de contrôle, aux principaux comités de contrôle des organismes certifi-

teurs ainsi qu'aux différents comités interprofessionnels de l'agriculture bio comme l'Agence Bio et Synabio.

Acteur et militant

Acteur solidaire d'une distribution alternative, le réseau Biocoop est partenaire

d'initiatives pour un autre monde : agriculture biologique, commerce équitable et économie solidaire, environnement et sensibilisation à la consommation.

En 2004, Biocoop adhère à la Plateforme pour le Commerce Équitable, organisme représentant le commerce équitable français auprès des pouvoirs publics et des consommateurs. Biocoop est également cofondateur d'Enercoop, société coopérative d'intérêt collectif qui développe les énergies renouvelables.

Enfin, Biocoop partage les campagnes et les actions de nombreuses associations militantes qui luttent contre les OGM, les pesticides, le nucléaire ou qui se battent pour la défense des Semences Paysannes.

Comité Éthique : un combat pour la Bio !

Le Comité Éthique Biocoop réunit toutes les compétences nécessaires pour garantir son bon fonctionnement : 6 acteurs de Biocoop, magasins et salariés, et 6 représentants de partenaires extérieurs, Fédération Nationale de l'Agriculture Biologique, association de consommateurs, finance solidaire, commerce équitable, économie sociale et solidaire et organisation environnementale. Le Comité Éthique remet chaque année un rapport complet sur l'ensemble des travaux menés.

Soutenir les filières agricoles

Le marché des produits agricoles biologiques est en pleine croissance. Pour le pourvoir de manière exigeante et durable, il est nécessaire de développer l'existant mais également de faire émerger de nouveaux projets. Pour Biocoop, s'engager dans un travail de construction et de structuration de filières agricoles biologiques, c'est avant tout anticiper l'avenir.

Soutenir les producteurs en conversion et le financement de projets et d'investissements (DéfiBio), faciliter l'accès à la Terre (foncière Terre de Liens), participer à l'élaboration et au déploiement de labels exigeants (Bio Cohérence), faciliter la logistique des petits producteurs (ramasse avec la flotte de camions Biocoop), animer des échanges entre producteurs de filières différentes et magasins, développer la démarche équitable Nord/Nord (Ensemble, Solidaires du producteur au consommateur) dans le cadre de la convention signée avec la FNAB, sont autant d'actions dans lesquelles Biocoop s'engage.

Enfin, en choisissant de ne collaborer qu'avec des groupements de producteurs, Biocoop assume sa volonté première de construire plutôt que d'intégrer la production, incitant les producteurs à se structurer entre eux et à organiser eux-mêmes la diversification de leurs productions.

Rester solidaire

Développer l'agriculture biologique, promouvoir un commerce solidaire et participer à un commerce équitable au Nord comme au Sud sont les priorités de Biocoop.

PROXIMITÉ : « ENSEMBLE, SOLIDAIRES DU PRODUCTEUR AU CONSOMMATEUR »

En partenariat avec des transformateurs et des producteurs régionaux, Biocoop a créé les filières équitables et durables.

Cette démarche vise à respecter les exigences de Biocoop en matière de :

- › **Transparence** : chaque acteur de la filière apporte des garanties sur ses pratiques avec l'origine des matières premières, les méthodes et les conditions de fabrication.
- › **Qualité** : les produits répondent aux critères rigoureux du cahier des charges Biocoop.
- › **Solidarité** : le travail des partenaires est rémunéré de façon juste et équitable.

ÉQUITÉ : LE COMMERCE NORD-SUD

Rémunération équitable des producteurs et respect des droits du travail sont les garanties apportées par les importateurs et partenaires de Biocoop labellisés commerce équitable. Veillant à renforcer les liens entre producteurs et consommateurs au-delà des frontières, Biocoop distribue des produits en provenance des pays du Sud : café, thé, chocolat, fruits secs, sucre, riz, jus d'orange... répondant aux critères du commerce équitable définis par la loi d'août 2005 et à l'accord AFNOR dont Biocoop est signataire.

Pour
Biocoop,
le commerce
équitable,
c'est tous les
jours, toute
l'année !

Agir pour le développement durable

Le développement durable est avant tout le modèle d'une société alternative qui peut se résumer en 6 priorités que Biocoop s'attache à appliquer pour l'ensemble de ses pratiques et à partager avec son réseau et ses partenaires :

- › **Être solidaire des fournisseurs** : développer les filières « Ensemble, Solidaires du producteur au consommateur », donner la priorité au commerce équitable...
- › **Favoriser la biodiversité des produits** : la planète n'offre pas qu'une variété de riz ou de blé. Pour encourager leurs cultures, Biocoop propose par exemple des dizaines de variétés de céréales, de légumineuses et de légumes.
- › **Développer la diversité des entreprises** : travailler avec des entreprises de toutes tailles - y compris des sociétés unipersonnelles - et des exploitations agricoles à taille humaine.
- › **Défendre le lien au sol** : aujourd'hui, l'agriculture bio interdit l'élevage hors sol. L'alimentation des animaux doit provenir en majorité de la ferme et les effluents d'élevage doivent retourner sur les cultures.
- › **Privilégier la production locale** : limiter les transports et faire vivre les économies locales.
- › **Multiplier les initiatives environnementales** : un magasin Biocoop sur quatre se fournit en énergie verte - l'équivalent d'une centrale micro-hydraulique. Des magasins en éco-construction voient le jour, les entrepôts de Biocoop trient leurs déchets, tous les documents sont imprimés sur papier recyclé avec des encres végétales...

Défendre ces valeurs demande parfois certains sacrifices commerciaux que Biocoop n'hésite pas à faire comme, refuser de vendre certains légumes en plein hiver lorsqu'ils sont issus de serres chauffées et transportés sur de longues distances !



Chez Biocoop, les fruits et légumes sont bio, locaux et de saison !

Un moyen efficace de participer au développement de productions écologiques grâce à des abris non chauffés ou des cultures en plein champ.



Activité des directions Biocoop

Direction réseau

MAIN DANS LA MAIN AVEC LES MAGASINS

La direction réseau Biocoop gère le développement du réseau : les entrées, l'essaimage, les agrandissements... Elle prend également en charge les formations et les services fournis aux magasins.

ACCOMPAGNER LES PORTEURS DE PROJETS

Ouvrir un magasin Biocoop est un projet tant professionnel que personnel. Des réunions d'information sont organisées et ont permis à 1400 contacts de s'intéresser au réseau Biocoop.

BIOCAMPUS, LA FORMATION ONLINE

Biocoop rapproche la formation de ses sociétaires à travers le déploiement de la plateforme de formation en ligne Biocampus. Après une première session, « l'art de bien accueillir et de bien vendre », mise en ligne fin 2011, la formation « univers de la Bio », dont l'objet est de former les salariés des magasins aux valeurs Biocoop est disponible en ligne depuis fin 2012.

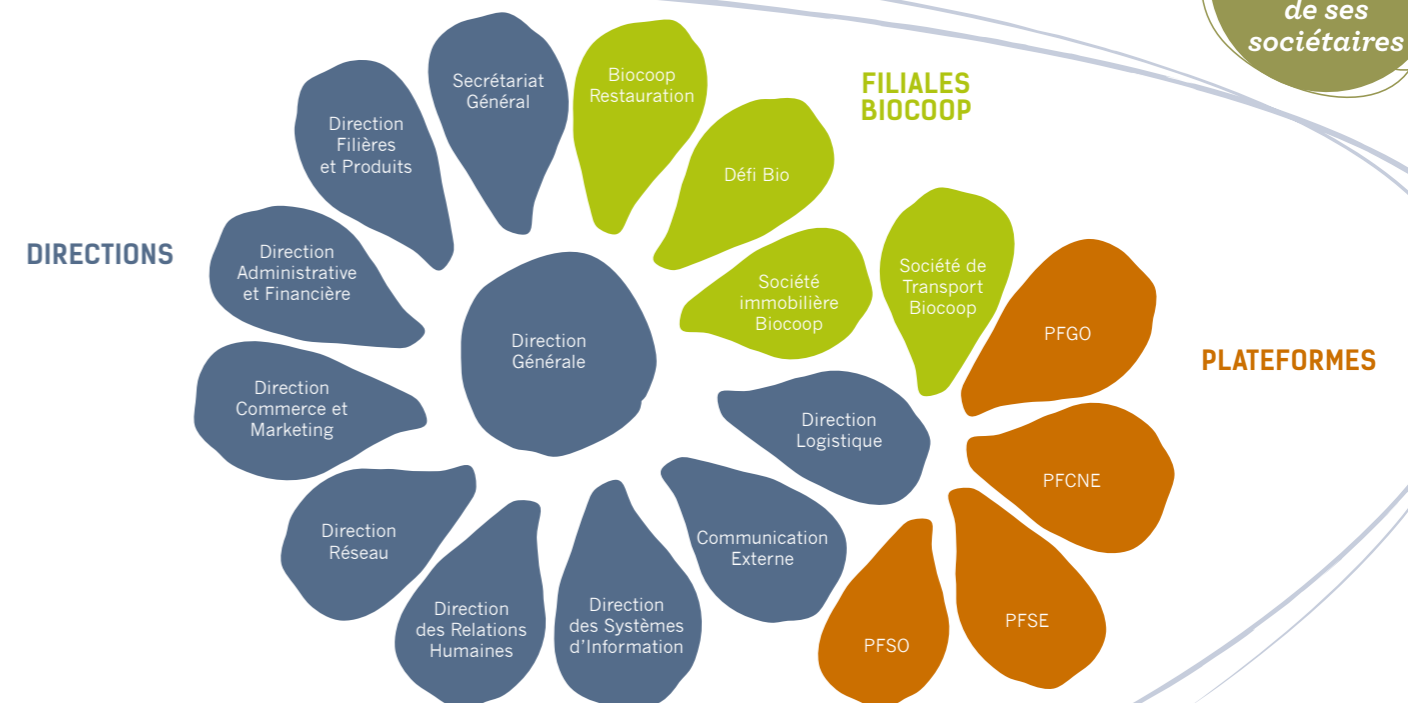


Un réseau de 340 magasins indépendants dont 47 projets de magasins réalisés en 2012

- > 13 ouvertures de nouveaux magasins Biocoop créés par des nouveaux sociétaires,
- > 10 essaimages de magasins déjà existants.
- > 24 autres projets : 8 déménagements, 1 reprise, 10 liftings et 5 extensions

Suivront prochainement, les formations « gestion de rayon », « gestion budgétaire » et « alimentation Bio ». Afin de rester dans la proximité et ainsi de conserver un lien humain, le parcours en ligne se solde par une journée en présence du référent de chaque formation. Cette rencontre permet d'échanger sur le contenu et indirectement, de valider les acquis.

Biocoop rapproche la formation de ses sociétaires





950 nouveautés en 2012

Direction filières et produits

SÉLECTIONNER LE MEILLEUR !

La direction filières et produits recherche les produits dont les magasins ont besoin en veillant à une bonne traçabilité des matières premières. Dans le cadre d'une construction de filières la plus équitable possible, **2012 voit aboutir le travail de structuration des filières brebis et chèvres avec la sortie de nouveaux produits.**

La direction filières et produits a œuvré pour la reconstitution de la gamme poisson notamment avec le saumon irlandais et a continué de développer la filière porc.

De nombreux audits auprès des fournisseurs de fruits et légumes en Espagne et en Italie ont été réalisés afin de retrouver plus de cohérence avec les spécifications d'achat.

Une attention particulière a été portée aux filières lait de vache de l'Est de la France à travers le soutien financier de deux ateliers de transformation et l'apparition de nouvelles gammes de produits.

2012 marque également une forte progression de la contractualisation de la matière première entrant dans la composition des produits Biocoop. **À titre d'exemples, 85% des fruits et légumes produits en France sont contractualisés, 50% des produits de la filière volaille, plus de 30% de la filière porc et 60% de la filière laitage.**

Enfin, des audits ont été réalisés auprès des fournisseurs de Biocoop pour améliorer encore la traçabilité et faire un état des lieux de leur performance et de leur potentiel à venir.

améliorer encore la traçabilité



Direction commerce et marketing

PENSER AUX PRODUCTEURS COMME AUX CONSOMMATEURS

La direction commerce et marketing accompagne les magasins dans leurs dispositifs commerciaux et leurs ventes afin de fournir aux consommateurs un service optimal et des produits adaptés à leurs besoins. Biocoop propose aux consommateurs des offres commerciales pour les accompagner vers une consommation responsable.

UN CONDITIONNEMENT OPTIMISÉ POUR RÉDUIRE NOS DÉCHETS

Avec près de 400 références produits, la vente en vrac remporte un véritable succès auprès des consommateurs. Biocoop innove en déployant, courant 2012, une offre inédite de lessiviel en vrac sur plus de la moitié de son réseau.

Biocoop travaille en étroite collaboration avec les fournisseurs pour développer des éco-emballages et des produits aux conditionnements familiaux.

« ENSEMBLE, SOLIDAIRES DU PRODUCTEUR AU CONSOMMATEUR »

Plus de 600 produits issus de la démarche de commerce équitable Nord/Nord composent la gamme « Ensemble, Solidaires du producteur au consommateur ». Véritable garantie pour les consommateurs d'une juste rémunération des producteurs, elle illustre le travail de construction des filières mené par Biocoop avec les producteurs bio français.

« LA BIO JE PEUX »

Une sélection de plus de 190 produits de qualité à petits prix, toute l'année grâce à un effort volontaire et partagé sur les marges entre transformateurs et magasins qui n'impacte pas la rémunération des producteurs.

LA GAMME BIOCOOP

En 2012, plus de 80 nouveaux produits ont été développés sous les marques propres de Biocoop.

Au-delà d'une accessibilité prix, les marques propres de Biocoop sont avant tout une recherche toujours plus pointue de sens vers la consommation et ce, quels que soient les produits : entretien de la maison, yaourts, chocolat en tablette, confitures, biscuits, soupes...



Direction logistique

CRÉÉE POUR LA PERFORMANCE, NÉE DE LA PROXIMITÉ

L'organisation unique du réseau permet d'allier proximité et performance. Quatre plateformes logistiques approvisionnent les magasins à hauteur de 70% de leurs achats, hors produits locaux.

Les plateformes Grand-Ouest près de Rennes, Sud-Est à Sorgues, Sud-Ouest près d'Agen et Centre-Nord-Est à Sainte-Geneviève-des-Bois occupent à elles quatre plus de 40 000 m² d'entrepôts. Deux plateformes spécialisées sont associées à Biocoop : Biolidis à Toulouse pour la librairie et Ecodis, à côté de Vannes, pour les éco-produits et l'équipement de la maison et de la personne.

Un marqueur d'efficacité pour Biocoop SA Coop

UN OUTIL DE GESTION D'ENTREPÔTS EFFICACE

Afin d'optimiser la traçabilité, d'améliorer les services dédiés aux magasins, de simplifier les processus opérationnels et de fiabiliser les stocks, la direction logistique a initié la mise en place en 2012 d'un outil informatisé de gestion d'entrepôts, un WMS. Un marqueur d'efficacité indispensable pour Biocoop SA Coop qui souhaite asseoir son développement.

PLAN LOGISTIQUE 2016

Un important plan logistique a été travaillé en 2012 et validé par le conseil d'administration au printemps 2013, ce plan se déroulera sur 4 ans avec notamment l'agrandissement de la plateforme Grand-Ouest.

Direction des relations humaines

PLUS PROCHE DES HOMMES

La direction des relations humaines met en œuvre la politique de ressources humaines : paie et administration du personnel, formation, gestion des carrières et relations sociales.

UNE POLITIQUE DE RÉMUNÉRATION

« SOCIALE ET SOLIDAIRE »

Chez Biocoop, le plus haut salaire n'excède pas 5 fois le plus bas. On constate un rapport de 3,49 entre les 10 rémunérations les plus élevées et les 10 moins élevées.

Direction des systèmes d'information

FACILITER LE TRAVAIL AU QUOTIDIEN

Les équipements et les systèmes d'information tels que l'informatique et la téléphonie sont gérés au sein de cette direction.

5 grands projets ont été menés en 2012 :

- › La migration de l'outil de gestion commerciale
- › Le lancement du projet WMS, outil de gestion d'entrepôts
- › La réalisation des projets orientés « qualité de services aux magasins »
- › La préparation à la nouvelle grille de remises destinées aux magasins
- › Le renouvellement du parc des copieurs par des équipements plus performants, économiques et écologiques

5 grands projets ont été menés en 2012

La réorganisation des équipes au sein de la direction et la planification des principaux projets ont été des solutions efficaces pour faire face à des impératifs légaux non prévus comme la TVA à 7%, douanes, pieds de factures et au nombre de demandes accru.

En parallèle de ces principaux projets, la direction des systèmes d'information a confirmé le succès de la téléphonie sur IP. Des conférences téléphoniques ainsi que des visioconférences ont permis moins de déplacements et plus d'adaptabilité de la part du personnel Biocoop.

Un mode de communication à développer !

Chiffres clés 2012

- › Biocoop SA Coop compte **683 salariés**. 47 ont bénéficié d'une promotion entraînant une évolution de leur classification.
- › Aujourd'hui l'âge moyen des salariés est de **38 ans**. Ils se répartissent entre 43% de femmes et 57% d'hommes, 76% d'entre eux sont salariés de l'entreprise depuis plus de 3 ans.
- › La politique d'accueil des personnes handicapées est poursuivie, **23 travailleurs handicapés** comptent parmi les effectifs.
- › Cette année, le budget consacré à la formation professionnelle continue est de **607 560 €** avec 587 stagiaires.

SERVICE COMMUNICATION EXTERNE

Transmettre un message responsable !

Le service communication externe gère la communication à l'échelon national : relations presse, relations publiques, communication online et grand public.

Une communication militante et engagée

Biocoop continue de développer ses prises de paroles auprès des médias, des militants, des milieux professionnels et institutionnels en participant à des débats, assemblées et autres échanges.

Campagne nationale de communication : Biocoop persiste et signe !

En septembre 2011, Biocoop réalise sa première campagne nationale de communication en revendiquant avec humour et finesse un slogan efficace : « Notre bio n'a rien à cacher ».

En mai 2012, Biocoop réitère et diffuse un message fort qui exprime les fondements d'une relation producteur/distributeur équitable et durable...

Paysan par vocation, Biocoop par conviction

Après avoir été longtemps considérés comme la variable d'ajustement du commerce de masse, les producteurs et éleveurs français sont aujourd'hui mis en avant par les grands distributeurs et industriels qui voient en eux l'argument publicitaire tendance du moment pour conquérir le cœur des consommateurs ! Des consommateurs pas si dupes, en recherche d'un peu plus de transparence, de sens et de sincérité, qui ne s'y trompent pas.



Dispositif visible de mai à juin 2012

- > **Presse** : Télérama, Le Nouvel Observateur, Challenges, L'Express, Les Inrockuptibles, Néo Planète, Causette et Clés
- > **Web** : achat d'espaces, relais auprès de blogueurs et témoignages de producteurs diffusés au fil de l'année sur le site de Biocoop
- > **Affichage en magasins**

Pour Biocoop, la démarche est tout sauf marketing. Les producteurs et éleveurs, membres sociétaires du réseau, vont chercher plus loin !

En cette période où le commerce équitable est à l'honneur, il est bon de rappeler ce que le mot solidarité signifie réellement : un lien, avant tout humain, qui se traduit par une implication et des engagements mutuels à long terme.

ACCUEIL PAR UN PRODUCTEUR BASQUE



Un congrès pour l'avenir



Tous les deux ans, l'ensemble des sociétaires se retrouve lors d'un congrès pour déterminer les futures orientations stratégiques de Biocoop. En 2012, à Biarritz, le thème « Ensemble : Demain pour commercer autrement » a permis de définir l'axe clé de la stratégie 2012-2016 : « Biocoop sera un réseau de commerçants, de paysans et de salariés, militant et reconnu comme tel par les consommateurs ».

Le consom'acteur sera au cœur de notre projet

Stratégie 2012-2016

En 2016, Biocoop sera donc un réseau de commerçants, de paysans et de salariés, militant et reconnu comme tel par les consommateurs. Pour commercer autrement en 2016, Biocoop réaffirme ses engagements sur la cohérence de l'origine des matières premières (proximité, filières engagées, socialement responsables...) et sur le choix des transformateurs (historiques, artisanaux ou petits industriels qui préservent des savoir-faire et savent utiliser les produits de la biodiversité).

militante et nos refus d'incohérence. Le consom'acteur sera au cœur de notre projet, en l'impliquant davantage. Pour enrichir l'axe du « commercer autrement » de façon citoyenne, deux nouveaux dossiers sont ouverts : les monnaies complémentaires et le passmilitant pour lequel les candidatures au GIM sont ouvertes. Notre ambition de communication alternative nous donnera l'élan pour être reconnu comme militant par nos consommateurs en 2016.

Biocoop sera un réseau de commerçants, de paysans et de salariés, militant et reconnu comme tel par les consommateurs

Les marques « Ensemble », « La Bio je peux », « La Bio je peux », génériques, seront la représentation de l'ADN Biocoop, militant et différenciant. Le juste prix, tout comme nos refus de vente, soutiendront notre démarche

Le baromètre de des valeurs Biocoop, affiché à l'entrée des magasins mettra enfin en lumière les trésors de notre cahier des charges.

Un bilan carbone, pas si carbone...

En 2012, Biocoop a satisfait aux obligations légales du code de l'environnement pour établir son bilan des émissions de gaz à effet de serre. Les conséquences sociales et environnementales de l'activité, les engagements sociétaux en faveur du développement durable, la lutte contre les discriminations et la promotion des diversités, autant d'éléments qui seront désormais obligatoires pour le rapport de gestion des exercices ouverts après le 31 décembre 2013. Biocoop anticipe et commence, dès aujourd'hui, à travailler sur la remontée d'indicateurs.

SOCIÉTÉ DE TRANSPORT BIOCOOP (SASU)

Faire le lien

Maillon essentiel de la chaîne, la Société de Transport Biocoop (STB) livre l'ensemble des magasins du réseau et effectue les ramasses chez les producteurs ainsi que les enlèvements chez les fournisseurs partenaires. En 2012, la filiale compte 71 personnes et réalise un chiffre d'affaires de 17 375 000 € pour un résultat de 103 909 €. Plus de 5 155 000 kilomètres ont été parcourus par les 33 camions de la flotte.

Optimiser l'acheminement des produits

Depuis mai 2010, Biocoop pratique le rail-route entre ses plateformes de Sorgues et de Paris. Biocoop utilise des containers bi-températures qui permettent de séparer les fruits et légumes des produits frais, optimisant ainsi l'acheminement des denrées. Toute l'année, tous les jours de la semaine, deux containers (semi-remorques) traversent la France d'un site à l'autre. Un mode de transport plus écologique, encore peu pratiqué en France, que Biocoop entend développer.

Rechercher l'efficacité

La STB s'appuie sur un outil informatique de management de transport (TMS) permettant d'optimiser les trajets effectués. La filiale propose également un accompagnement personnalisé de ses chauffeurs par des moniteurs/



formateurs. En 2012, la STB a renouvelé 4 ensembles semi-remorques de distribution (27 palettes) et 4 porteurs (23 palettes). Des investissements indispensables à la performance.

Biocoop, premier réseau de magasins bio en France

L'activité des magasins

Le chiffre d'affaires réalisé par le réseau de magasins en 2012 est de

535 M€



ÉVOLUTION DE L'ACTIVITÉ DES MAGASINS

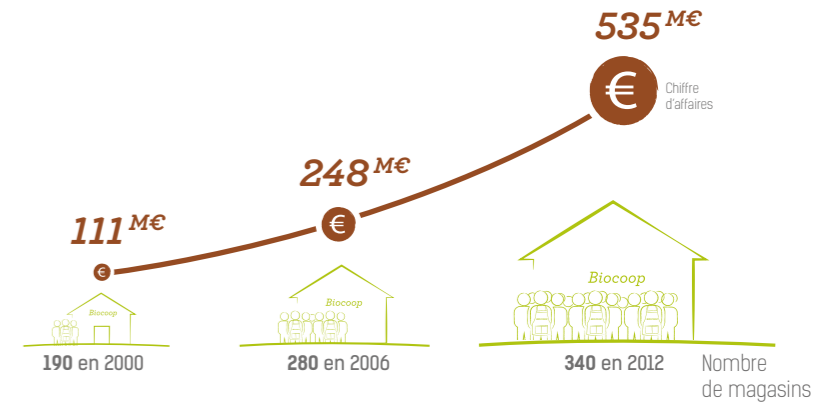
Cette activité est liée d'une part, au développement du nombre de magasins mais également aux différents projets de modernisation des magasins existants (déménagements, extensions, rénovations...).

Ceci s'explique par l'élargissement de l'offre produits en magasins, notamment en produits frais et fruits et légumes mais également par une offre prix concurrentielle.

La moyenne du CA par magasin continue de progresser, tirée par une augmentation de la fréquentation et de la valeur du panier moyen.

La notoriété de l'enseigne ne cesse de progresser et répond à l'objectif d'une bio « partout et pour tous ».

Le réseau Biocoop a connu en 2012 une croissance de plus de 7%
Au 31/12/2012 le réseau compte 340 magasins, dont 23 nouveaux magasins



DÉFIBIO (SAS)

Faire naître de nouveaux projets

Pour Biocoop, s'engager dans un travail de structuration et de professionnalisation de filières agricoles biologiques c'est avant tout prévoir et assurer l'avenir. La filiale DéfiBio a pour vocation l'accompagnement financier de ses partenaires professionnels : producteurs, transformateurs, magasins.

Accompagnement financier de Biogam, partenaire historique sur la filière laitière d'Emmental

Depuis 5 ans, le secteur laitier connaît des restructurations et des concentrations considérables. Face à ces réorganisations, afin de permettre à Biogam de garder son indépendance, Biocoop, au travers de sa filiale DéfiBio, participe au financement de la création d'outils de fabrication d'Emmental sur le site de sa fromagerie.



Cet investissement majeur de 3 millions d'euros dans lequel DéfiBio intervient à hauteur de 10% permet :
 > de sécuriser sur le long terme les approvisionnements
 > de donner un nouvel élan à Biogam, tant en capacité de production que d'innovation
 > de limiter l'émission de CO2 en réduisant le déplacement de la matière première

Objectif : passer de 53 tonnes en 2012 (6 mois d'activité) à 320 tonnes en 2013 et 400 tonnes en 2014

Par ce soutien financier, Biocoop fiabilise son approvisionnement, rassure ses partenaires producteurs et transformateurs en leur offrant de la visibilité et pourvoit à son rôle de structuration de filière.

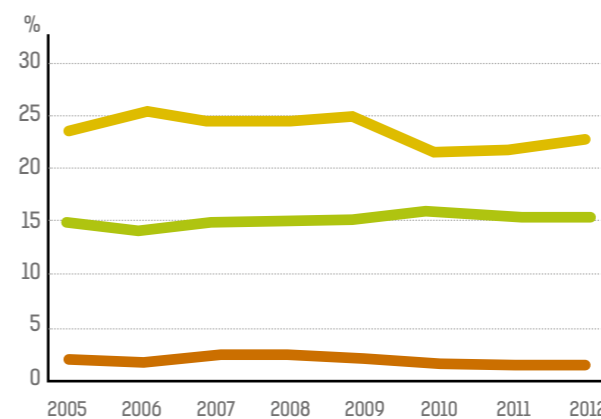
BIOCOOP RESTAURATION (SAS)

Manger bio en restauration collective

Avec Biocoop Restauration, le savoir-faire du réseau s'étend à la restauration hors foyer. En travaillant aux côtés des groupements de producteurs locaux et en apportant une offre complémentaire destinée aux collectivités locales, Biocoop Restauration œuvre à la construction de filières courtes qui garantissent des produits de qualité, équitables et éco-responsables.

Quelques chiffres

- > 23 partenariats avec des groupements de producteurs
- > Plus de 700 références de produits adaptés à la restauration collective dont :
 - une mercuriale fruits & légumes hebdomadaire et régionale
 - une logistique qui s'appuie sur les filières et les outils Biocoop
- > Près de 1800 clients



COMPTES MAGASINS

En moyenne, les magasins du réseau dégagent un résultat net comptable de 1%.

Leur trésorerie est positive de 23 jours

La masse salariale représente plus de 15% du chiffre d'affaires, les gérants mettant des moyens humains importants pour accueillir et conseiller au mieux la clientèle.



Biocoop,
6 500
références

Des produits pour tous les consommateurs

Biocoop propose des gammes complètes, toutes en accord avec leurs engagements

LA BIO JE PEUX

Une sélection qui regroupe plus de **190 produits** proposés à **petits prix**.

ENSEMBLE, SOLIDAIRES DU PRODUCTEUR AU CONSOMMATEUR

Une gamme de plus de **600 produits** qui garantissent aux consommateurs **une juste rémunération du producteur, un produit français**, non importé.



BIOCOOP DÉVELOPPE AUSSI SA PROPRE GAMME

Une gamme de **produits génériques**, produits d'entretien, yaourts, chocolats en tablette, confitures, biscuits, soupes...

LE COMMERCE ÉQUITABLE

Les magasins proposent des produits issus du **commerce équitable** ainsi qu'un choix très étendu **d'écoproduits et de cosmétiques**.

LA SOLIDARITÉ

Un symbole : des mains, synonymes de coopération, de collectif, de partage.

Un message : « Solidaires avec les producteurs ».

LA TRANSPARENCE DE L'ORIGINE

Les noms et origines des groupements de producteurs partenaires et du transformateur.



Choisir ce produit, c'est soutenir le groupement de producteurs Bio Direct engagé pour une bio solidaire et de qualité.

DES INFORMATIONS SUR LA PRODUCTION

Une présentation du groupement de producteurs à l'origine du produit et de ses liens avec Biocoop.



Alimentaire

L'ÉPICERIE SEC

Conserves, huiles, vinaigres, condiments, pâtes, riz, chocolat, café, fruits secs, etc.

LES LIQUIDES

Les jus de fruits, les sirops, les vins...

L'ULTRA FRAIS

Les poissons, les viandes, la crèmerie, la fromagerie, etc.

LE SERVICE ARRIÈRE

L'ensemble des produits vendus à la coupe en fromagerie, boucherie, charcuterie...

LES FRUITS ET LÉGUMES

Produire et transporter des fruits et légumes peut nuire à l'environnement : serres chauffées au fioul et transport de marchandises rejettent du CO2. Des solutions existent pour limiter ces impacts néfastes.

En privilégiant les fruits et légumes bio locaux et de saison, Biocoop participe au développement de productions écologiques avec des abris non chauffés ou des cultures en plein champ tout en réduisant l'usage du transport.

Consommer des fruits et légumes bio c'est aussi contribuer au maintien de la biodiversité végétale : rose de berne, panais, amarante comptent parmi les variétés anciennes que Biocoop propose.

Choisir des produits de qualité, au bon moment et au meilleur prix, c'est croquer les fraises en mai, profiter des aubergines en août, ne pas rater les châtaignes en octobre et apprécier les oranges en décembre.



Le vrac Biocoop pionnier !

Le vrac est un mode de consommation que Biocoop s'attache à promouvoir. Il offre plus de liberté et permet aux clients de consommer la juste quantité. Le vrac est une excellente façon de développer la production agricole biologique et de respecter l'environnement en supprimant le suremballage.

« La vente au détail est aussi un outil de démocratisation, il y a des produits très demandés qui restent chers, les vendre en vrac permet d'en baisser considérablement le prix. Les noix de cajou par exemple peuvent désormais être vendues 25 % moins cher, à qualité et provenance égales ! »

Benoît Roger
Responsable du secteur épicerie et liquides

Plus de 400 références

PISTACHES COQUE GRILLÉES SALÉES, LENTILLES CORAIL, LENTILLES VERTES, GRAINES DE COURGE, GOMASIO, SPIRALES 1/2 COMPLET GRAND ÉPEAUTRE, SPIRALES 1/2 COMPLET PETIT ÉPEAUTRE, RIZ LONG 1/2 COMPLET CAMARGUE, RIZ LONG BLANC CAMARGUE, BISCUITS NAVETTE ANIS, COOKIES RAISIN CHOCOLAT, SABLÉS SARRASIN, PALETS BRETONS PUR BEURRE, CROSTY CHOC, CRUNCHY FRUITS, MUESLI GRANOLA AVOINE CANNEBERGE, MUESLI GRANORIZ FRUITS CANNEBERGE, AMANDES ENROBÉES CHOCOLAT LAIT, CHOCOLAT NOIR DESSERT PALETS 55%, MÉLANGES APÉRITIF SALÉ, MÉLANGE APÉRITIF SUCRÉ SALÉ, GROS SEL...

Non alimentaire

LES LESSIVIELS



Les lessives et produits d'entretien sont **l'objet d'une démarche radicale** : composants pétrochimiques, phosphates, azurants optiques sont exclus. Depuis avril 2012, le liquide vaisselle, la lessive liquide, le nettoyant multi-usages et les pastilles lave-vaisselle **sont également disponibles au rayon vrac**. Un geste de plus pour le développement durable !

LES COSMÉTIQUES

Pour Biocoop, la qualité des cosmétiques ne s'arrête pas aux 2 à 5% de principes actifs que contiennent les produits : pour être retenu, c'est le produit dans son ensemble qui doit **faire la preuve de ses origines naturelles et écologiques**. Biocoop démontre que l'on peut **écarter tout agent pétrochimique** de la composition des produits cosmétiques.

LES PRODUITS DESTINÉS AUX ANIMAUX

Croquettes, litières...

OSMOSEURS (FILTRE À EAU)

L'alternative parfaite à la bouteille en plastique.

L'eau en bouteille plastique est coûteuse et lourde sur le plan environnemental à travers son emballage et à travers son transport. C'est pourquoi à l'occasion d'un référendum **les magasins du réseau Biocoop ont voté la suppression de l'eau en bouteille plastique** de leur catalogue depuis le 31 décembre 2009.

Pour accompagner les consommateurs, les magasins proposent aujourd'hui des systèmes de filtration.

Chiffres 2012



21 000

TONNES DE FRUITS ET LÉGUMES VENDUS

Soit 10% du volume national tous circuits confondus.



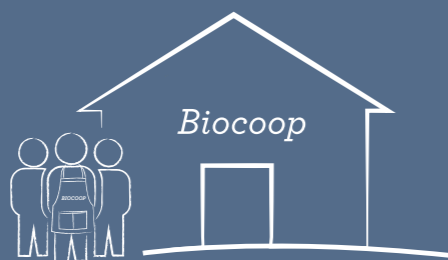
0%

DE TRANSPORT PAR AVION

Par engagement écologique aucun de nos produits ne « prend l'avion » ! L'acheminement est effectué par route, rail ou bateau.

340

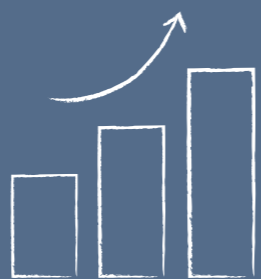
MAGASINS
dans le réseau Biocoop



PROJETS DE MAGASINS RÉALISÉS EN 2012

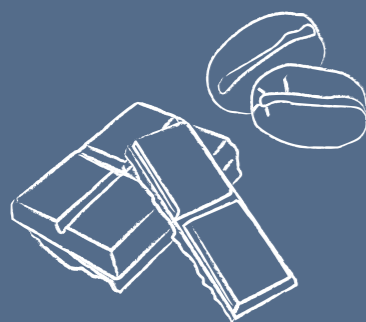
dont 23 nouveaux points de vente et 24 projets de rénovations (déménagements, extensions, liftings).

47



10%

DE PROGRESSION
de l'activité en 2012



21%

DE PART DE COMMERCE ÉQUITABLE

Certains de nos produits sont même 100% commerce équitable : sucre, café, cacao...

Résultats de Biocoop SA Coop

Chiffres clés

ACTIVITÉ PAR SECTEURS

Biocoop donne la priorité à l'alimentaire qui représente **88% de ses ventes**

Les produits non alimentaires correspondent aux unités de besoins demandées par nos consommateurs en matière de cosmétique, de produits d'entretiens, d'hygiène, d'équipements de la maison, d'éco-produits...



50%

ALIMENTAIRE



16%

FRUITS ET LÉGUMES



22%

ULTRA FRAIS



12%

NON ALIMENTAIRE

Consommation de la marge brute

La marge dégagée par les activités commerciales est consommée pour :

- > **47%** par les frais de personnel
- > **26%** par le transport de marchandises
- > **25%** par les charges externes et autres charges
- > **1,5%** de la marge brute en fonds propres ce qui représente **0,33%** des ventes

ÉVOLUTION DES VENTES BIOCOOP SA COOP

La croissance rebondit après le ralentissement de 2010. Le développement du réseau, tant en terme de progression de la fréquentation dans les magasins que du nombre de magasins, a permis de contribuer fortement à la poussée de notre chiffre d'affaires.

L'année 2012 se clôture avec une croissance de plus de 10%

dans un marché difficile marqué par une bio banalisée tant en réseaux spécialisés que dans les GMS.

L'activité est également marquée par des scandales alimentaires invitant au questionnement sur les pratiques de consommation, l'enseigne Biocoop apparaissant alors comme un gage de confiance.

l'enseigne Biocoop, gage de confiance

VENTES EN M€

70 497



2003

157 909



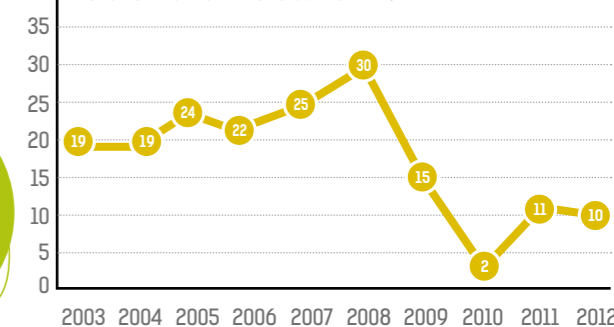
2007

292 050



2012

ÉVOLUTION DU TAUX DE CROISSANCE EN %



COMPTE DE RÉSULTAT COMPARATIF 2011-2012

La marge a diminué de 0,4%

traduisant la volonté de Biocoop de poursuivre l'objectif d'accessibilité des produits pour le bénéfice des consommateurs.

Le surenchérissement du prix du carburant n'a pas été impacté dans les prix.

Les charges de personnel en progression de 2,3 M€.

Conformément à sa politique sociale, les salaires ont progressés en restant contenus par rapport à l'activité (-0,20%).

En complément de leur rémunération, les salariés ont perçu un intéressement et une participation aux bénéfices dont la répartition égalitaire est propre à l'éthique de Biocoop.

K€	2011	2012	ÉCART K€
CA VENTES	265 122	292 050	26 928
ACHATS	210 179	233 548	23 369
MARGE	54 943	58 502	3 559
MARGE % VENTES	20,7%	20,0%	-0,7%
TRANSPORT	15 902	17 897	1 995
TRANSPORT % VENTES	6,0%	6,1%	0,1%
MARGE NETTE	39 041	40 605	1 564
MARGE NETTE %	14,73%	13,90%	-0,82%
CA SERVICES	7 763	9 573	1 810
TOTAL CA	272 885	301 623	28 738
MARGE NETTE	23,0%	22,6%	-0,4%
CHARGES EXTERNES	11 049	11 414	365
	4,05%	3,78%	-0,26%
IMPÔTS ET TAXES	2 253	2 739	486
	0,83%	0,91%	0,08%
CHARGES DE PERSONNEL (INTERIM COMPRIS)	28 414	30 801	2 387
	10,41%	10,21%	-0,20%
AMORTISSEMENTS ET PROVISIONS	1 765	1 496	-269
	0,65%	0,50%	-0,15%
RÉSULTAT FINANCIER (CHARGE)	406	437	31
RÉSULTAT COURANT	2 917	3 291	374
RÉSULTAT COURANT % CA	1,07%	1,09%	0,02%
EXCEPTIONNEL	-64	57	121
INTERESSEMENT	646	858	212
PARTICIPATION	373	453	80
IS	398	927	529
RÉSULTAT NET COMPTABLE	1 564	996	-568
% CA VENTES	0,57%	0,33%	-0,24%

Résultat net comptable

Il est contenu à un taux inférieur à 1% (0,33%), l'objectif de l'entreprise n'étant pas de cumuler des bénéfices mais de pratiquer le juste prix.

COMPTE DE BILAN COMPARATIF 2011-2012

ACTIF K€	2011	2012	ÉCART K€
IMMOBILISATIONS BRUTES	17 714	18 926	1 212
AMORTISSEMENTS	6 927	7 740	813
IMMOBILISATIONS NETTES	10 787	11 186	399
STOCKS	19 283	20 262	979
CLIENTS	24 626	28 832	4 206
TRÉSORERIE	6 572	5 879	-693
AUTRES	412	308	-104
TOTAL ACTIF	61 680	66 467	4 787

PASSIF K€	2011	2012	ÉCART K€
CAPITAL SOCIAL	9 409	9 864	455
AUTRES CP	5 593	6 564	971
TOTAL CAPITAUX PROPRES	15 002	16 428	1 426
AUTRES FONDS PROPRES	816	699	-117
PROVISIONS	714	560	-154
DETTES FINANCIÈRES	5 503	5 300	-203
AUTRES DETTES	39 645	43 480	3 835
TOTAL PASSIF	61 680	66 467	4 787

Les investissements ont progressé de 1,2 M€

Les principaux investissements ont été destinés aux frais de développement de nouveaux produits, à divers projets informatiques et à des aménagements liés à la sécurisation des plateformes.

Le poste Clients correspond à 34 jours de ventes et les Stocks à 26 jours.

Les fournisseurs sont payés pour 80% à moins de 30 jours.

La variation du capital souscrit est positive de 455 K€ par rapport à l'exercice précédent.

Cette variation du capital s'explique par les obligations de souscription des coopérateurs à hauteur de 2% de leur plus fort chiffre d'affaires.

Situation de l'endettement au 31/12/2012

Elle est contenue, ce qui nous permet de disposer d'une marge de manœuvre importante pour faire face aux besoins d'investissements futurs.

Perspectives 2013

L'activité au 1^{er} trimestre 2013 est toujours aussi soutenue (+11% de croissance), largement supérieure au budget qui initialement était prévu, avec une stabilisation de l'activité (+0,7%).

NOTRE CHARTER

Notre réseau de magasins Biocoop a pour objectif le développement de l'agriculture biologique dans un esprit d'équité et de coopération.

En partenariat avec les groupements de producteurs, nous créons des filières équitables fondées sur le respect de critères sociaux et écologiques exigeants.

Nous nous engageons sur la transparence de nos activités et la traçabilité de nos approvisionnements.

Présents dans les instances professionnelles, nous veillons à la qualité de l'agriculture biologique.

Nos biocoops sont des lieux d'échanges et de sensibilisation pour une consommation responsable.





ECON-EPUB - FR RCS 439 940 967 2247 - 06.13 - Crédit photos : Biocoop - Bernard Dubourvet - Hélène Bessayes - Shutterstock

**Cultivons
notre
différence**



www.biocoop.fr

9/11, avenue de Villars - 75007 Paris
Tél. +33 (0)1 44 11 13 60

PRESSE
Mélanie Koronko
m.koronko@biocoop.fr
Tél. +33 (0)1 44 11 13 67