

Film (11') – Production :
MEDDE- Institut de formation de l'environnement - IFORE
avec la participation de la FNAB
Réalisation Capa Entreprises – 2012

Le bio accessible à tous

Le contexte

En région Nord-Pas-de-Calais, la coopérative de producteurs « Norabio » commercialise des fruits et légumes biologiques par un système d'abonnement à un panier, le « Biocabas ». Les paniers sont distribués dans une centaine de points relais de la métropole lilloise par des salariés en insertion embauchés par la section locale du Service Civique International (SCI). Cette fiche s'intéressera particulièrement au dispositif des « Biocabas accessibles » lancé en 2006 par Norabio, en partenariat avec le Gabnor (groupement des agriculteurs biologiques de la région Nord-Pas-de-Calais, réseau Fnab). Ce dispositif vise à faciliter l'accès à des produits bio pour des personnes ou ménages à faibles revenus grâce à l'implication du Conseil Général du Nord (59). Le Gabnor s'associe à la coopérative car en tant que structure associative c'est elle qui est habilitée à signer des conventions de partenariats avec les collectivités territoriales.

Les biocabas

Le Nord-Pas-de-Calais est une région de grandes cultures où le maraîchage biologique est relativement peu développé. **Norabio rassemble exclusivement des producteurs de fruits et légumes biologiques** et distribue leurs productions via des circuits longs et un circuit court, le Biocabas.

Les consommateurs s'abonnent pour une période minimale de 3 mois. La coopérative ne veut pas leur imposer des abonnements trop longs. Ils peuvent néanmoins s'abonner pour une année (48 semaines). Norabio ne livre pas de paniers en août. La majorité des abonnements est donc renouvelée en septembre.

Norabio propose plusieurs formats de Biocabas :

- **Biocabas solo** : une personne.
- **Bio cabas classique** : 2 ou 3 personnes.
- **Biocabas classique œuf** : Biocabas classique plus 6 œufs bio.
- **Biocabas familial** : 3 ou 4 personnes.
- **Biocabas familial œuf** : Biocabas plus 10 œufs bio.

Une feuille de chou accompagne le panier de fruits et légumes. Elle présente les producteurs et propose des recettes originales pour préparer les produits du Biocabas.



Consommation et production durables

Société de la connaissance

Gouvernance

Changement climatique et énergie

Transports et mobilité durables

Conservation et gestion durable de la biodiversité et des ressources naturelles

Santé publique, prévention et gestion des risques

Démographie, immigration et inclusion sociale

Défis internationaux

Chaque semaine, une salariée de Norabio passe les commandes aux producteurs pour la suivante. Ils livrent la coopérative le lundi, et ce sont les salariés en insertion qui préparent les paniers puis les livrent aux consommateurs sur les points relais. Ces lieux sont bénévoles, souvent installés dans des commerces de proximité ou dans des centres socioculturels.

Objectifs du projet pour les producteurs

- Disposer d'un circuit de distribution complémentaire des autres débouchés.
- Soutenir les agriculteurs par des prix rémunérateurs.

Formation du prix du Biocabas : Norabio organise deux réunions annuelles de concertation avec l'ensemble des producteurs. La première a lieu en octobre (produits hiver et planification printemps) et la deuxième en décembre (planification pour l'année suivante). Les prix sont validés par variété. 60% du prix du Biocabas est reversé aux producteurs et Norabio touche les 40% restant (charges). Le prix du panier n'a pas augmenté depuis 2009.

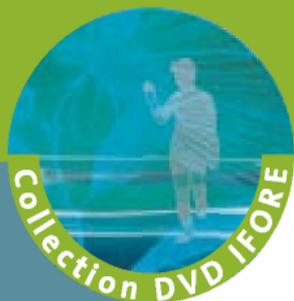
Historique

- 1998 : création du GIE Norabio
- 2000 : Le GIE devient une coopérative de producteurs. 2002 : lancement des Biocabas
- 2006 : lancement du dispositif « Biocabas accessible »

Le dispositif des biocabas accessibles

Principe

Avec le soutien du Conseil Général du Nord, Norabio et le Gabnor distribuent des Biocabas dans des centres sociaux et maisons de quartier de la métropole lilloise. Le prix d'achat au producteur ne varie pas. La subvention du CG du Nord prend en charge 50% du prix des paniers, permettant aux bénéficiaires (chômeurs, Rmistes, retraités, familles monoparentales) d'acheter leur Biocabas à moitié prix. Le dispositif concerne exclusivement les paniers « classique » et « familial » (voir plus haut). Contrairement aux autres consommateurs, ils ne s'abonnent pas mais passent une nouvelle commande une semaine à l'avance chaque fois qu'ils désirent acheter un panier. Les personnes concernées par le dispositif n'ont pas toujours la trésorerie suffisante pour s'abonner un ou trois mois à l'avance. Il est donc plus difficile de demander un engagement dans le temps.



Consommation et production durables

Société de la connaissance

Gouvernance

Changement climatique et énergie

Transports et mobilité durables

Conservation et gestion durable de la biodiversité et des ressources naturelles

Santé publique, prévention et gestion des risques

Démographie, immigration et inclusion sociale

Défis internationaux

Une étude sociologique pour lancer le dispositif

Lors du lancement de l'opération en 2006-2007, les différents acteurs se sont appuyés sur une étude sociologique, menée en partenariat avec le département de Communication et Innovation de l'Université de Wageningen aux Pays Bas. Cette étude avait pour objectif d'identifier les freins à la consommation de produits biologiques pour les publics cibles de l'action. Elle a donné lieu à des recommandations faites au Gabnor pour ses actions de communication.

- Importance de la sensibilisation pour permettre aux actions d'avoir un réel impact sur les habitudes de consommation.

- Tenter de transformer la mauvaise perception des produits biologiques, notamment les fruits et légumes : prix mal compris, temps de préparation contraignants, produits assimilés à des produits de régime, etc.

- Place de la nourriture dans les priorités de la famille : la qualité n'est pas le premier critère de choix. Les familles préfèrent souvent montrer qu'elles ont les moyens d'acheter des goûters individuels à leurs enfants, etc.

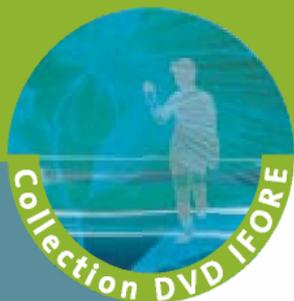
- Néophobie alimentaire, particulièrement chez les jeunes hommes, qui ne souhaitent pas connaître de nouveaux légumes.

Focus sur le dispositif Biocabas accessible

Le Biocabas est conçu comme un outil pédagogique, visant à recréer une connexion aux variations de produits disponibles selon les saisons. La feuille de chou du panier permet de mieux appréhender la préparation de certaines variétés anciennes ou méconnues.

	Biocabas classique	Biocabas familial
Prix payé par le consommateur	5€	7€
Prix versé au producteur	10€	14€

La subvention finance aussi des formations à l'attention des animateurs et travailleurs des centres sociaux et maisons de quartiers : 3 journées par an sont dispensées par un salarié du Gabnor. Elles permettent aux animateurs d'accompagner les habitudes de leurs publics en matière de consommation alimentaire.



Consommation et production durables

Société de la connaissance

Gouvernance

Changement climatique et énergie

Transports et mobilité durables

Conservation et gestion durable de la biodiversité et des ressources naturelles

Santé publique, prévention et gestion des risques

Démographie, immigration et inclusion sociale

Défis internationaux

Etat des lieux

2100 « Biocabas accessibles » distribués en 2010 (prise en charge à 50% par le Conseil général). Le nombre de bénéficiaires a nettement augmenté entre 2009 et 2010 (+ 400 environ), car une forte demande existe. Les centres sociaux de la métropole lilloise travaillent ensemble pour la plupart, l'information circule vite. Par contre, le montant de la subvention n'a pas augmenté dans les mêmes proportions que le nombre d'adhérents. Les financements d'animation se sont donc réduits. Ces moyens limités obligent le Gabnor à répondre négativement à certaines sollicitations.

Afin d'étendre le dispositif, le Gabnor a signé en 2011 une convention du même type avec la ville de Lille.

Un exemple : le centre social de Villeneuve d'Asq

Ce centre social participe au dispositif Biocabas accessibles depuis le lancement du système en 2006. Sa participation s'inscrit dans une démarche initiée en amont pour travailler sur le thème de l'alimentation de qualité avec les publics du centre.

2011 : 40 personnes sont inscrites au système pour une distribution hebdomadaire de 40 Biocabas accessibles.

Constats de départ :

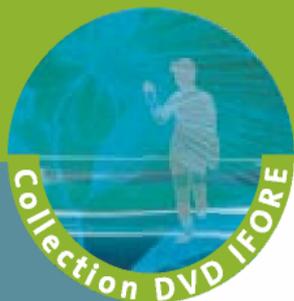
- Beaucoup de maladies sont liées à l'alimentation.

Les produits bio constituent « ce qu'il y a de mieux pour faire de la prévention-santé ».

- Les systèmes d'aide alimentaire classiques donnent de la quantité aux bénéficiaires mais ne mettent pas assez l'accent sur la qualité des produits.

- Pour le centre social, il n'était pas possible de travailler sur un dispositif d'accessibilité aux produits de qualité avec une Amap car l'engagement des consommateurs que ça implique aurait été une limite.

Le succès du dispositif n'est pas immédiat : « avec ce type de démarche, il ne faut pas s'attendre à réussir en 6 mois seulement ». Au départ, le centre social commande 3 Biocabas par semaine. Il met en place les premiers ateliers de cuisine, pour lesquels il est appuyé par le Gabnor et par une association partenaire. Deux fois par mois, des ateliers parents-enfants permettent de préparer le contenu d'un Biocabas. Le centre social commande certains paniers spécialement pour ces ateliers.



Consommation et production durables

Société de la connaissance

Gouvernance

Changement climatique et énergie

Transports et mobilité durables

Conservation et gestion durable de la biodiversité et des ressources naturelles

Santé publique, prévention et gestion des risques

Démographie, immigration et inclusion sociale

Défis internationaux

La structure réalise un travail de sensibilisation pour faire passer un message, pour accompagner des changements de comportements, sans pour autant stigmatiser les habitudes des personnes qui participent aux ateliers.

Aujourd'hui, la demande pour le dispositif est très forte .

Le centre de Villeneuve d'Ascq va plus loin dans la démarche en incitant les bénéficiaires à s'engager en s'abonnant et en payant à l'avance les paniers. L'engagement varie d'une personne à une autre (un Biocabas par mois, toutes les deux semaines, un par semaine pendant un mois, etc.). Cela a nécessité beaucoup de discussions, mais permet aux abonnés de participer à la démarche du projet de circuit de proximité.

Le centre social est aussi un point relais et est donc ouvert aux abonnés des Biocabas. Des personnes ont découvert ses activités par ce biais et se sont inscrites pour faire du bénévolat (soutien scolaire). La distribution des paniers a donc permis à certains de prendre conscience de ce qu'est un centre social.

Autour des biocabas

Résultats obtenus pour l'activité Biocabas :

2002 : environ 100 paniers par semaine x

2009 : environ 900 paniers par semaine x

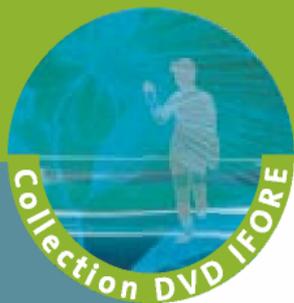
2011 : environ 750 paniers par semaine

A la rentrée de septembre 2009, le nombre d'adhérents chute fortement. Norabio explique cette chute brutale par l'émergence d'un grand nombre de systèmes par paniers dans le département, qui n'existaient pas lorsque la coopérative a lancé son Biocabas au début des années 2000. Ceux-ci ne sont pas forcément bio mais disposent souvent de sites web très vendeurs et de gros moyens économiques. Norabio note qu'il peut y avoir des amalgames quant à la qualité des produits proposés, beaucoup de systèmes insistant sur le seul caractère local des produits. Tous ne sont pas non plus dans des démarches d'économie sociale et solidaire, ce qui souligne le besoin pour Norabio de communiquer sur les qualités de son projet. Norabio reste leader dans la distribution de fruits et légumes par paniers sur l'agglomération de Lille, mais la situation est plus difficile.

Difficultés rencontrées :

..Volet technique : selon Norabio, les producteurs ne doivent pas perdre de vue que le Biocabas n'est pas un débouché pour écouler des surplus de production. Il y a une obligation de qualité.

..Communication : c'est devenu crucial car le projet a pour vocation première de rémunérer le travail agricole et de valoriser les exploitations de la région. Les travailleurs du Service Civique International en tirent également une plus-value : « Il faut devenir 'marchand' pour maintenir un seuil de panier et rester à l'équilibre ».



Consommation et production durables

Société de la connaissance

Gouvernance

Changement climatique et énergie

Transports et mobilité durables

Conservation et gestion durable de la biodiversité et des ressources naturelles

Santé publique, prévention et gestion des risques

Démographie, immigration et inclusion sociale

Défis internationaux

Facteurs de réussite

.Structuration progressive et cohérente de l'activité : la complémentarité entre la coopérative, les producteurs, le SCI du Nord et les points relais a permis un bon développement du projet.

.Mise en marche de sites pilotes : Norabio a volontairement fait le choix de ne pas s'éparpiller en prospectant de façon trop large (en limitant l'ouverture de nouveaux points relais qui n'auraient pas été viables par exemple).

Complémentarité avec la filière des marchés de gros : les investissements pour la filière en circuit long ont directement bénéficié à la filière Biocabas, qui seule, n'aurait pas eu les moyens de les réaliser. La filière longue permet aussi une complémentarité sur la gamme des produits et permet de pallier aux périodes de soudures du maraîchage local. Sans Norabio et les autres filières, Biocabas n'aurait pas les capacités financières pour le travail comptable et pour la location des locaux

Pour en savoir plus :

>www.ifore.developpement-durable.gouv.fr

Site de l'IFORE

>www.developpement-durable.gouv.fr/L-agriculture-durable-des.html

Site du MEDDE, l'agriculture durable

>www.developpement-durable.gouv.fr/L-agriculture-biologique-en-France.html

Site du MEDDE, l'agriculture biologique en France. Où en sommes-nous ?

>www.biocabas.org

Site des biocabas

>www.agencebio.org

Site de l'Agence bio

Conception graphique :
Inlands – atelier Line
Guillemot

Coordination éditoriale
et mise en forme :
MEDDE/IFORE/
Bénédicte Bercovici,
centre de ressources
juin 2012

Pour s'informer sur les autres films pédagogiques produits par l'IFORE :
www.ifore.developpement-durable.gouv.fr

Fiche réalisée à partir de la fiche de présentation de la FNAB, 2011