

UNE COOPÉRATIVE  
FIÈRE DE SES  
VALEURS.

# SOMMAIRE

L'ESSENTIEL DE 2023 .....	03
L'INTERVIEW D'HENRI GODRON, PRÉSIDENT DE BIOCOOP ..	04
BIOCOOP QUI ES-TU ? .....	06
BIOCOOP QUE VEUX-TU ? .....	10
<b>JE VEUX ACCÉLÉRER LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE.....</b>	<b>10</b>
<b>JE VEUX UNE ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE .....</b>	<b>16</b>
<b>JE VEUX UNE ALIMENTATION BIO EXIGEANTE.....</b>	<b>22</b>
BIOCOOP, COMMENT CHANGES-TU LE MONDE ? .....	28
BIOCOOP, ENSEIGNE BIO MILITANTE .....	30
DES ÉQUIPES ENGAGÉES.....	32
TABLEAU DE SYNTHÈSE.....	34



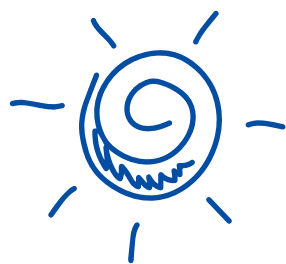
# L'ESSENTIEL DE 2023



## PRIX JUSTES

500 produits du quotidien, dont 150 produits de base, font l'objet d'un prix maximum autorisé dans les magasins

# 4



Le nombre de plateformes logistiques sur le territoire, toutes certifiées HQE niveau excellent et ISO 14001

# 9 200

Plus de 100 % bio et de saison, dont près de 700 en vrac. 580 produits à la Marque de Biocoop : la MDB



# 846,8 M€

Le chiffre d'affaires de la Coopérative

# 1 529 M€

Le chiffre d'affaires des magasins

# 59 M€

Le chiffre d'affaires des 3 filiales : Biocoop restauration, la Société de transports Biocoop et Défibio

# 8 209

salariés

# 7 000

dans le réseau des magasins

# 1 209

au sein de la Coopérative

# 89%

l'évaluation ECOCERT 26000 de la maturité RSE de Biocoop

# 637



magasins

# PIONNIER

Biocoop est le premier distributeur spécialisé en bio de France, en partenariat avec plus de 3 000 fermes au sein de 21 groupements de producteurs, ses Paysan.ne.s Associé.e.s

# MOINS 25%

L'objectif de réduction des émissions de CO<sub>2</sub> d'ici 2030 (par rapport à 2020)

# L'INTERVIEW



## Henri Godron

Président de la Coopérative Biocoop

**Sociétaire de Biocoop depuis 2013 et administrateur depuis 2020, Henri Godron gère trois magasins en Normandie. Également président du Synadis Bio, le syndicat des enseignes bio, il a été élu à la tête du conseil d'administration de Biocoop en janvier 2024. Ce diplômé en management et économie de gestion, âgé de 54 ans, prépare la Coopérative à un retour de la croissance du marché de l'agriculture biologique.**

## « NOUS NOUS INSCRIVONS AUJOURD'HUI DANS UN NOUVEAU TEMPS, CELUI DE LA REPRISE. »

*2023 a été une nouvelle année difficile pour le marché bio, les paysans et la consommation alimentaire en général, comment l'avez-vous vécue ?*

Nous sommes en effet depuis trois ans au cœur d'une crise assez forte pour tout le monde : producteurs, distributeurs, commerçants et consommateurs. Une crise que nous n'avions pas réellement vue venir, mais qui prouve la résilience du modèle Biocoop. Nous avons bouclé l'année 2023 sur une croissance de 2,3 % de notre activité et bien résisté en ce qui concerne le réseau des magasins. Près de 240 points de vente spécialisés bio, toutes enseignes confondues, ont fermé en 2023, dont une trentaine chez Biocoop alors que nous représentons 50 % du segment des spécialistes. Dans l'adversité,

Biocoop sait faire preuve de solidarité : les plans d'accompagnement actionnés auprès des magasins en difficulté - avec des allongements des délais de paiement ou des interventions financières de notre fonds Défibio - ont permis de pérenniser des activités.

*Commencez-vous à voir des signes de retour à une situation moins défavorable ?*

Absolument ! Nous nous inscrivons aujourd'hui dans un nouveau temps, qui est celui de la reprise. Bien sûr, nous ne connaissons pas, en 2024, une croissance à deux chiffres comme par le passé, mais je pense que la crise va se retourner. Et ce pour trois raisons essentielles : l'inflation globale a commencé à ralentir et va encore diminuer, ce qui va permettre à la bio de revenir dans le match. Ensuite, l'argument de la santé favorisée par une nourriture saine s'impose à nouveau au cœur des préoccupations des Français, tout comme celui

du goût. Les clients sont sensibles à la provenance et à la qualité de nos produits ; avec une inflation contenue, ils privilégieront à nouveau notre enseigne.

## On reviendrait donc aux heures fastes de la bio...

Je l'espère, je le crois et nous faisons tout pour ! Notre plan stratégique 2025-2030 en cours de rédaction poursuivra les actions de relocalisation de certaines filières agricoles afin de renforcer les matières premières origine France dans tous les produits de notre offre à marque. La récente crise agricole nous conforte d'ailleurs sur ce point ! Nous continuerons aussi le combat contre l'ultra-transformation, sujet sur lequel nous sommes extrêmement en pointe. Biocoop dispose d'atouts énormes, qui nous permettront, demain, de croître plus vite que le reste du marché alimentaire et probablement que celui de la distribution spécialisée.

## Quel est le sens de votre engagement chez Biocoop, et aujourd'hui en tant que chef de file ?

J'ai choisi Biocoop. Et Biocoop m'a choisi ! Le projet de notre Coopérative est pétri de valeurs depuis leur inscription, dans le marbre de notre cahier des charges, par nos prédécesseurs. Il est pour moi extrêmement fort et motivant ; je veux pousser loin cet outil extraordinaire. Depuis plus de 35 ans, la raison d'être de Biocoop n'a pas bougé : développer l'agriculture biologique dans un esprit d'équité et de coopération. L'engagement, voilà ce qui caractérise le réseau depuis son origine. Fournir une réponse au défi d'un monde menacé et développer une société plus durable, voici ce qui le pousse de l'avant. Biocoop est né les pieds dans la terre, d'un échange direct entre producteurs et consommateurs. Notre modèle de gouvernance autour de quatre collègues - magasins, producteurs, salariés et consommateurs - est unique en Europe. Il constitue notre force et nous impose le défi immense de le faire vivre.

## Quelles seront les priorités de 2024 ?

Nous allons poursuivre notre action auprès des magasins en difficulté pour consolider le réseau

et également co-construire notre stratégie 2025-2030 avec les sociétaires. J'entends aussi prendre la parole sur le sujet de la crise agricole, car il faudra bien qu'une réflexion saine sur l'agriculture que l'on souhaite dans dix ans soit portée. Nous allons aussi intensifier le soutien à nos Paysan.ne.s Associé.e.s, pour qu'ils se développent, se structurent et puissent répondre aux difficultés qu'ils rencontrent. Sur le lait, par exemple, on sait que les cheptels se réduisent et que les problèmes de débouchés s'accumulent. Biocoop sera aux côtés des producteurs pour garantir un approvisionnement en lait et beurre bio dans les années futures. Le surendettement du monde agricole est une autre thématique de préoccupation !

## L'agriculture bio peut-elle, seule, nourrir la planète ?

Plusieurs études scientifiques se sont penchées sur la question et ont répondu positivement. La bio est capable d'assurer la majeure partie de notre alimentation à l'échelle mondiale d'ici les trente prochaines années, mais à condition de réduire notre consommation de protéine animale et de consommer une viande produite sur place, dont les animaux sont nourris avec de l'herbe ou des céréales cultivées localement. Pour les adultes, les recommandations émanant de diverses autorités sanitaires, dont l'OMS, au sujet de la consommation de viande rouge se situent entre 98 et 500 grammes par semaine, la fourchette basse étant la plus favorable. Dans les pays ayant accès à une alimentation abondante et variée, une diminution de la consommation de viande rouge et transformée s'avère donc souhaitable. Cela va dans le sens du flexitarisme que nous prôtons depuis toujours chez Biocoop.

## Quelle sera votre première action forte et militante en tant que président ?

Le fait de devenir président de Biocoop ne me changera pas. Je suis un militant du quotidien et c'est ainsi que je continuerai à faire vivre le projet Biocoop, en lien avec un conseil d'administration fort et constitué de profils divers, ce qui permet de confronter les idées et d'avancer positivement. Mon ambition est de construire sur le long terme. Ma marque de fabrique sera celle d'une collégialité à l'œuvre.

# BIOCOOP QUI ES-TU ?

**Depuis plus de 35 ans, Biocoop défend l'agriculture biologique dans un esprit d'équité et assume son ADN radical au service d'une consommation responsable. Année après année, l'enseigne perfectionne un modèle commerçant crédible face aux défis de la planète.**



## COOPÉRATIVE

Née en 1986 à l'initiative d'une poignée de visionnaires, Biocoop est une société anonyme coopérative depuis 2002. Sur un principe d'égalité des voix, quatre collèges de sociétaires définissent son projet et ses orientations stratégiques : celui des sociétaires magasins, celui des groupements de producteurs paysans, celui des salariés et celui des consommateurs.



## MILITANTE

Biocoop réaffirme chaque jour ce que certains nient : le label AB que l'on porte haut et fort répond aux grands enjeux d'aujourd'hui, à savoir la préservation de l'eau, des sols, de la biodiversité... Soucieuse de retrouver l'équilibre naturel perdu depuis la démocratisation de l'agriculture intensive et seule à concilier rendement avec durabilité, l'agriculture biologique va bien au-delà de l'interdiction des pesticides. Elle recrée des liens entre le milieu naturel et l'humain.



## 100% BIO

Restée l'entreprise singulière de ses origines, Biocoop ne déroge pas à sa posture historique : 100 % de produits 100 % bio, 100 % de saison en fruits et légumes, très majoritairement d'origine France, jamais transportés en avion, sans OGM aucun ! Cet engagement sans accroc aux côtés de 3 000 fermes et 1 200 fournisseurs lui permet de proposer le meilleur de la bio paysanne.







## DE BON SENS

Dans les rayons, pas de produits de contre-saison, car ils confortent les systèmes de production énergivores, ainsi que les circuits logistiques incohérents, et ne respectent pas le cycle de la nature. Pas de tomates ou de fraises en hiver, pas de potirons en été : la saisonnalité, c'est sacré ! Pas d'avocats provenant d'Afrique du Sud ou de kiwis issus de Nouvelle-Zélande... question de cohérence écologique ! Les magasins travaillent en direct avec des producteurs et des transformateurs locaux installés à moins de 150 km. Bref, du bon sens et rien d'autre !



## EXIGEANTE

L'année 1993 est celle du premier cahier des charges Biocoop. Ce document fondateur, maintes fois enrichi, matérialise l'engagement de Biocoop pour la planète et la santé de l'homme. Il va plus loin que le label bio en considérant l'aspect environnemental, mais aussi social, de la bio.



## DIVERSIFIÉE

Biocoop est avant tout une coopérative d'acteurs indépendants, militants, engagés. Le plus petit de ses magasins occupe 40 m<sup>2</sup> ; le plus grand s'étend sur 1 000 m<sup>2</sup> ; certains sont des coopératives de consommateurs, d'autres des associations, Scop, SAS, SARL, SCIC... Tous s'engagent à respecter le cahier des charges Biocoop et à satisfaire un audit de conformité annuel.



## INNOVANTE

Chaque année, la Coopérative se lance de nouveaux défis. Par exemple pour réduire le caractère ultra-transformé des produits ou assurer le bien-être animal. Sensible aux ravages occasionnés par un surplus de plastique sur la planète, Biocoop s'impose, en 2017, comme le 1<sup>er</sup> distributeur à mettre un terme à la commercialisation des bouteilles d'eau en plastique. Une décision difficile commercialement, appliquée aujourd'hui par 100 % des magasins.







# ÉQUITABLE

Pour garantir les principes du commerce équitable origine France avec une bio exigeante et de qualité, Biocoop est parmi les créateurs du label Bio équitable en France. Il labellise des produits issus de relations équitables entre la production, la transformation et la distribution, ainsi que des produits issus de fermes ayant des pratiques agroécologiques.



# JUSTE

Biocoop aspire à une société plus juste et plus égalitaire. Pour cela, la Coopérative fonde sa démarche sur le partage de la valeur produite entre les paysans, les transformateurs et les magasins. Et ce, à un prix accessible pour le consommateur. La relation avec les organisations de producteurs passe par la signature d'un contrat fixant des prix plancher pour 3 ans.



# LEADER

Biocoop figure largement en tête des enseignes spécialisées bio. Son projet d'entreprise traduit sa volonté d'impliquer les clients, les producteurs, les magasins, les salariés et les transformateurs. Ce grand dessein fait avancer Biocoop depuis plus de 35 ans et lui confère toute sa singularité.



**BIOCOOP QUE VEUX-TU ?**

# **JE VEUX ACC LA TRANSI ÉCOLOGIQUE**

**Biocoop se caractérise par son lien à la terre, fondement originel de son projet. Rapprocher producteurs, transformateurs, consommateurs et promouvoir l'économie circulaire ; implanter en France de nouvelles filières agricoles – avec pour première conséquence une limitation de la distance parcourue par les matières premières et les produits – ; limiter les emballages et les déchets, ainsi que le gaspillage alimentaire ; réduire son empreinte carbone et favoriser la préservation de la biodiversité... Biocoop avance sur de multiples fronts pour gagner le défi écologique.**

# ACCÉLÉRER LA TRANSITION



| BIOCOOP QUE VEUX-TU ?

**2023**

**NOS  
SOLUTIONS  
CONCRETES**



# COCORICO

Pari gagné pour le projet Cocorico, dont l'ambition est de redéployer en France de nouvelles filières de production afin de les intégrer dans la composition des produits et de pérenniser la vie des fermes bio autour de circuits courts, créateurs d'emplois.

Aujourd'hui, 99 % des matières premières productibles en France de notre offre de produits à Marque de Biocoop (MDB) sont cultivées sur le territoire national, fruit d'un long travail avec les paysans et les transformateurs.



En 2023, les rayons se sont enrichis d'une confiture composée de framboises 100 % bleu-blanc-rouge, d'un miel MDB issu d'une filière relancée par Biocoop et même d'un kombucha pomme-poires avec des fruits 100 % français.



En 2025, la Coopérative vise 50 % de produits vendus en vrac ou dans un emballage rechargeable et réemployable.

# LE VRAC NOUS EMBALLE

Aujourd'hui 35,4 % de l'offre est vendue en vrac, ce qui fait encore 1 % de gagné par rapport à 2022. De l'huile d'olive au gel douche en passant par les pâtes et les fruits secs ou les produits d'entretien... tous les vracs sont en rayon. « En 2023, nous avons amélioré le parcours de nos clients, par exemple en simplifiant les systèmes de pesée ou en permettant de mieux comparer les prix », indique Nicolas Dauvé, chargé de recherche et de développement emballage chez Biocoop.

404 magasins ont par ailleurs mis en place un système de consigne pour réemploi des emballages en verre.

# DÉCARBONONS !



100 % du café à marque Biocoop est aujourd'hui cultivé en agroforesterie.

La stratégie bas carbone de Biocoop, alignée avec les Accords de Paris, prend en compte toute sa chaîne de valeur, du champ jusqu'à l'assiette du consommateur, c'est-à-dire des produits vendus et consommés, aux déplacements des clients en passant par le transport des fournisseurs et des plateformes logistiques. Objectif : réduire de 25 % les émissions d'ici 2030 (par rapport à 2020) au travers de 50 actions significatives, dont le déploiement a démarré en 2023. Deux chantiers phares sont lancés : renforcement des garanties zéro déforestation pour les produits cacao et café et décarbonation des fermes.

## BIOCOOP QUE VEUX-TU ?

Biocoop promeut les cultures mineures. Car consommer différemment, en faisant la part belle aux farines de blés anciens et aux légumineuses, contribue à préserver la biodiversité.



# LE BON EN AVANT DE BIODISCORE

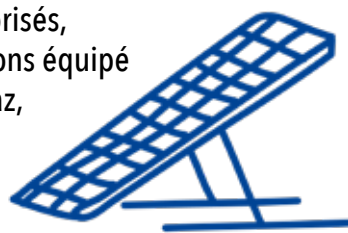


Lancé par des agriculteurs bio, le Collectif BiodiScore entend agir sur la restauration de la biodiversité en incitant les producteurs à recréer un effet « mosaïque » sur leurs terres. Son indice évalue l'impact des pratiques agricoles afin d'identifier les recommandations les plus efficaces pour la préservation de la biodiversité. Biocoop a accompagné 81 fermes à réaliser leur BiodiScore en 2023.

# UNE LOGISTIQUE ISO EXEMPLAIRE

Tir groupé pour les quatre plateformes logistiques et les quatre agences de la Société de transports Biocoop (STB), qui obtiennent à nouveau leur certification ISO 14001.

Quelques indicateurs à l'appui :  
96 % des déchets valorisés,  
71 % du parc de camions équipé en motorisation biogaz,  
100 % d'électricité renouvelable consommé.



Biocoop a installé un système de récupération de l'énergie cinétique des moteurs de ses camions porteurs pour alimenter leurs groupes frigorifiques.

# LA STB ROULE PROPRE

Signataire de la charte CO<sub>2</sub> de l'Ademe depuis plusieurs années avec des objectifs ambitieux de réduction de son empreinte carbone, elle a augmenté en 2023 le nombre de camions roulant au biogaz, optimisé l'utilisation du carburant ainsi que des pneumatiques et a poursuivi la formation de l'ensemble des conducteurs à l'écoconduite. Chez Biocoop, le transport des matières premières jusqu'aux magasins, en passant par les plateformes logistiques, représente 14 % de l'empreinte carbone totale.

# SUPER PLANET-SCORE

Le Planet-score intégral calcule l'impact des produits selon différents critères : les émissions carbone, le recours aux pesticides, la prise en compte de la biodiversité, du bien-être animal, du commerce équitable, de l'origine et de l'ultra-transformation. Premier commerçant en France à évaluer l'ensemble de son offre MDB à l'aune de cet indicateur, Biocoop récolte des résultats exceptionnels. « 90 % de nos produits présentent un score global « vert », ce qui prouve qu'ils sont effectivement le reflet de nos engagements depuis de nombreuses années », témoigne Ronan Lafrogne, directeur qualité et RSE de Biocoop. Par ailleurs, 84 % de l'offre est en vert sur la dimension environnementale, 91 % sur la lutte contre l'ultra-transformation et 77 % en origine France.





**PHILIPPE  
POINTEREAU**

Agronome, membre  
du comité des experts  
de Biocoop

**BERTRAND  
FERAUT**

Président de la coopérative  
Uni-Vert, producteur de  
fruits et légumes

**CAROLE  
CEAUX**

Responsable RSE  
de Biocoop

# ENTRETIEN CROISÉ

**En 2023, Biocoop a accéléré le mouvement en matière de décarbonation de sa propre activité et de ses fermes sociétaires. La Coopérative a aussi placé la biodiversité et la lutte contre la déforestation au cœur de son action. Démonstration concrète.**

➤ **Décarbonation, biodiversité, déforestation, en quoi ces sujets sont-ils liés ?**

**CAROLE CEAUX** Dans le cadre de son projet Décarbonons ! et pour contribuer aux objectifs de l'Accord de Paris visant à limiter le réchauffement climatique, Biocoop s'est fixé un cap ambitieux : celui de réduire de 25 % son empreinte carbone d'ici 2030 (par rapport à 2020). Or, l'évaluation que nous avons réalisée a démontré que l'impact carbone de la Coopérative provient à 63 % de nos produits vendus, dont 10 % concernent les chocolats et cafés et 13 % les produits laitiers et carnés... D'où la décision de prioriser plusieurs chantiers en lien avec ces familles de produits : la décarbonation des fermes, la garantie de zéro déforestation de la part de nos filières café et cacao et le développement de l'agroforesterie. Nous avons aussi fait le choix de considérer, ensemble, les enjeux de décarbonation et de biodiversité, car l'un ne va pas sans l'autre.

**PHILIPPE POINTEREAU** Le travail effectué par Biocoop sur la préservation de la biodiversité et sur la prévention de la déforestation est fondamental, y compris dans une logique de sensibilisation des consommateurs. On le sait, les bonnes pratiques des agriculteurs bio, telles que la couverture et la fertilisation organique des sols, la diversification et la rotation des cultures ou le redécoupage parcellaire, se traduisent par des résultats tangibles en matière de biodiversité. Les producteurs de bio ont

néanmoins besoin qu'on les accompagne dans une démarche de progrès de leurs pratiques et d'appréhension de ces thématiques dans toute leur complexité. Suffisamment de preuves et d'études existent aujourd'hui pour enclencher une vraie massification de la bio !

**BERTRAND FERAUT** Biocoop nous aide en effet à mettre en valeur les actions de nos fermes et à progresser ensemble vers des objectifs toujours plus ambitieux et vertueux. L'agriculture française traverse une mauvaise passe ; nous avons besoin de soutiens plus affirmés et clairvoyants.

➤ **Comment se matérialise l'aide de Biocoop dans votre ferme ?**

**BERTRAND FERAUT** En tant que membre de la coopérative Uni-Vert, sociétaire Biocoop depuis 2017 et dont 100 % des paysans travaillent en agriculture biologique depuis 2014, je perçois la prime de codéveloppement versée par Biocoop et Bio équitable en France pour nous aider à financer certains investissements productifs. Dans ma ferme, qui réalise un chiffre d'affaires annuel de 800 000 euros, j'ai ainsi perçu 8 000 euros en 2023. J'ai pu acheter des semences pour engrais verts, sujet sur lequel Biocoop nous a permis de progresser. Un engrais vert est, par exemple, une légumineuse que l'on sème entre deux cultures, pour à la fois travailler la terre, stocker du carbone dans les sols et produire de la matière organique. Il présente de nombreux avantages quand on sait bien l'utiliser.

**BIOCOOP QUE VEUX-TU ?**

# **JE VEUX UNE ÉCONOMIE ET SOLIDAIRE**

**Et si nous entreprenions autrement ? Cette question, Biocoop se la pose depuis l'origine et a trouvé, dans la montée en puissance de l'Économie sociale et solidaire (ESS), un écho à son propre combat en faveur d'une société plus juste, dont le dessein ne s'arrête pas à la seule quête de bénéfices. Recherche d'un modèle économique viable pour tous, gouvernance démocratique et lucrativité limitée, prix accessibles garantis, engagement en faveur d'un commerce équitable et solidaire... La Coopérative, les magasins et leurs salariés font bouger les lignes.**



# SOCIALE



| BIOCOOP QUE VEUX-TU ?

**2023**

**NOS  
SOLUTIONS  
CONCRETES**



# N°1 SUR LE COMMERCE ÉQUITABLE

Chez Biocoop, 25,7 % de l'activité (hors fruits et légumes) provient de produits issus du commerce équitable, alors que la Coopérative représente moins de 1 % du marché alimentaire français. « *Biocoop privilégie depuis toujours l'agriculture paysanne qui permet de prendre soin du sol et de la biodiversité. En complément, Le commerce équitable aide les agriculteurs à avoir une meilleure rémunération pour investir dans leur exploitation et produire durablement* », indique Nathalie Vaquant, chargée du commerce équitable chez Biocoop. En 2023, plusieurs produits sont ainsi passés dans le giron du commerce équitable : noix de cajou, ananas, noix de coco, papaye, banane et mangue séchés, noix de macadamia, riz exotique, beurres de karité et de cacao bruts, huile d'argan... Quant à la prime équitable versée aux groupements sociétaires, elle s'est élevée à 960 000 €, auxquels se sont ajoutés près de 600 000 € pour le commerce équitable Sud-Nord.

D'ici 2025, 30 % du chiffre d'affaires proviendra du commerce équitable, fruits et légumes inclus.

## LE PARTAGE EN HÉRITAGE

Dans le contexte inflationniste de 2023, Biocoop a veillé à ce que les négociations tarifaires annuelles se déroulent dans le respect de son principe originel de partage de la valeur entre tous. « *Nous avons recherché le bon équilibre pour garantir la compétitivité de nos produits et de nos magasins, tout en assurant la pérennité de nos fournisseurs soumis aux augmentations des tarifs d'énergie et de matières premières* », note Philippe Bernard, directeur de l'offre.



63 % des magasins Biocoop sont engagés dans au moins un programme de solidarité du Fonds de dotation Biocoop.

## ENGAGÉ SUR LES PRIX



Une étude a révélé, en juin 2023, que les Prix engagés Biocoop sont en moyenne 10 % moins chers comparés à ceux du marché spécialisé bio. Chez Biocoop, en effet, grâce à un travail collectif sur la marge qui ne transige pas sur la qualité des produits, tous les magasins respectent un prix maximum sur 500 produits du quotidien, dont 150 produits de base, au service d'une accessibilité de la bio pour tous.

## DU BIO POUR TOUS

Seule enseigne de distribution à reverser sa marge lors d'opérations de collecte alimentaire, Biocoop a organisé, en juin 2023, la 5<sup>e</sup> édition de sa Collecte bio solidaire. 381 magasins ont participé, soit 51 % du réseau, permettant de distribuer près de 80 000 produits bio à des associations de solidarité et de leur reverser près de 100 000 €.

## L'ENTREPRENEURIAT DURABLE RÉCOMPENSÉ

Dans le cadre du concours national Créadie promu par l'Association pour le droit à l'initiative économique (Adie), Biocoop a récompensé neuf petits entrepreneurs ayant un impact sur le développement durable, la cohésion sociale ou l'environnement de leur région. Dans la construction de bâtiments bioclimatiques, la conserverie artisanale, la restauration de meubles d'époque, la vente de couches lavables, le maraîchage bio... chaque lauréat a reçu un prix de 1 000 € pour poursuivre le développement de son activité. Le Fonds de dotation a également soutenu le concours national, qui permet à l'un des lauréats régionaux de bénéficier d'un soutien supplémentaire de 2 500 €.



Juliane Desclaudes, gagnante du concours national, développe une activité de tonte d'alpagas.



Le Don militant a permis de collecter plus de 90 000 euros au profit de Terre de liens.

## UNE TERRE DE LIENS

Chaque semaine en France, 200 fermes disparaissent dans le plus grand silence. En solidarité au monde paysan, Biocoop a reversé, en 2022 et 2023, les fruits de son opération Don militant (arrondi en caisse) à l'association Terre de liens. Objectifs : sauver les fermes de la spéculation foncière ; accompagner des projets d'installation ; démontrer que d'autres modèles agricoles et alimentaires plus respectueux de l'environnement et de l'humain peuvent exister.

## VRAC SOLIDAIRE



Porté par le Fonds de dotation Biocoop, le programme Bio vrac pour tous finance l'installation de meubles et distributeurs vrac dans les épiceries sociales et solidaires, avec des produits fournis par les magasins. En parallèle, des salariés de magasins forment les bénévoles des épiceries à la gestion d'un rayon vrac. En 2023, 75 binômes ont ainsi démontré l'efficacité d'une telle action pour contribuer à diversifier l'alimentation des publics en situation de précarité.

## L'EFFET LICOORNES...



Un effet qui prend deux « o » tant il est ambitieux. En 2023, Biocoop a intégré les Licoornes, une alliance de coopératives engagées pour la transition économique et sociale. Parmi ses membres : la Nef, Enercoop, Label Emmaüs, Éthi'kdo... Objectif : favoriser le basculement de l'économie vers un modèle qui place l'écologie et le social au cœur des entreprises.



**DIANE THOMAS**

Gérante d'un magasin à Nantes et administratrice Biocoop de Commerce équitable France



**JULIE STOLL**

Déléguée générale de Commerce équitable France



**GIOVANNI-BATTISTA GIROLOMONI**

Président de la coopérative italienne Gino Girolomoni, productrice de pâtes

# ENTRETIEN CROISÉ

**Chaque année, le commerce équitable gagne de nouvelles parts de marchés en France et dans le monde.**

## ➤ Quel est le poids du commerce équitable aujourd'hui en France ?

**JULIE STOLL** Il a bien résisté en 2022 avec une augmentation de 1,96 % des ventes de produits issus du commerce équitable, soit un chiffre d'affaires global de 2,081 milliards d'euros, sachant que les filières françaises représentent 35 % de ce montant. Son poids a même été multiplié par quatre depuis 2014, ce qui valide une attente forte des consommateurs.

**DIANE THOMAS** Nous le constatons en magasin : nos clients sont de plus en plus attachés à consommer durable et équitable. Les enjeux mis en lumière par les récentes manifestations des agriculteurs les ont confortés dans leur choix et ont convaincu de nouveaux consommateurs d'entrer dans nos magasins. Ils savent que Biocoop soutient activement les fermes bio et les filières France ; ils connaissent l'exigence de notre démarche, et nous le disent.

## ➤ La définition même de commerce équitable Nord-Nord est-elle bien comprise ?

**JULIE STOLL** Pas toujours, c'est pourquoi nous préférons parler de commerce équitable origine France. Mais globalement, notamment grâce au travail de Biocoop, le commerce équitable est de mieux en mieux appréhendé et bénéficie d'une belle dynamique collective. Il est perçu comme un modèle économique efficace et vertueux qui embarque aussi bien les producteurs que les transformateurs et les consommateurs. Et il bénéficie en France d'une définition légale qui protège contre le *fair washing*.

**DIANE THOMAS** Nous sommes très vigilants à poursuivre et intensifier notre soutien aux filières paysannes et à préserver une définition exigeante du commerce équitable, contre toutes les appellations portant à confusion. Dans les magasins, nous faisons ainsi un travail de fond pour valoriser les producteurs locaux, nos paysans associés et nos fournisseurs labellisés.

**G.-B. GIROLOMONI** Pour notre part, nous travaillons depuis 1992 avec Biocoop et voyons l'énergie déployée pour expliquer le concept de partage de la valeur et de coopération entre les acteurs d'une même filière. Biocoop est l'un de nos clients les plus fidèles, importants, engagés, et assurément le plus vertueux.

## ➤ En quoi êtes-vous une entreprise équitable ?

**G.-B. GIROLOMONI** La notion d'équitable est notre raison d'être. Notre coopérative 100 % bio est née dans les Marches pour restaurer la vie dans les campagnes. Sur la colline de Montebello, nous fédérons 300 producteurs et disposons de notre moulin et d'une usine de fabrication de pâtes. Nous produisons ainsi 9 000 tonnes de pâtes par an, dont 75 % pour les marchés exports voisins. Nous ne travaillons qu'avec des petites fermes bio, que nous aidons aussi pour sélectionner leurs semences ou améliorer leurs pratiques agricoles. Par contrat, nous achetons au minimum 50 % de leurs récoltes, selon un prix vertueux lié au cours du blé dur sur la bourse de Bologne. Nous calculons ce prix en faisant la moyenne des cotations maximales sur la période active de production. Nous prenons aussi à notre charge le transport et le stockage de la matière première, ce qui permet aux producteurs d'être sereins et garantit la transparence des échanges. Comme Biocoop, nous sommes des pionniers.

**BIOCOOP QUE VEUX-TU ?**

# **JE VEUX UNE ALIMENTA EXIGEANTE**

**Sans concession sur la bio et aux côtés d'une agriculture incarnée par ses Paysan.ne.s Associé.e.s, Biocoop promeut une alimentation saine, goûteuse, de saison, empreinte de naturalité. Fidèle à ses principes originels, la Coopérative ne lâche rien sur les modes de production, le respect de la biodiversité, des semences, et se place au service des femmes et des hommes qui travaillent la terre. Depuis 2020, sa marque au packaging blanc et bleu – la MDB – coche toutes les cases : compositions sûres et simples, approvisionnements tracés, qualités gustatives, développement de filières origine France et équitables.**

# TION BIO



| BIOCOOP QUE VEUX-TU ?

**2023**

**NOS  
SOLUTIONS  
CONCRETES**





# PPA 3 LETTRES CAPITALES

Défendre une agriculture biologique, paysanne et de proximité incarne un modèle de société que tous les acteurs de la bio ne sont pas légitimes à revendiquer, mais que Biocoop concrétise dans sa relation avec les PPA. L'appellation Paysan.ne.s Associé.e.s, apposée sur les produits des filières fruits et légumes, céréales et protéagineux, lait et viande, permet à 21 groupements de producteurs (3 000 fermes bio) de vivre de leur travail et dans le respect du lien qui les unit à la terre. Les magasins organisent des opérations promotionnelles en cas d'excédents, par exemple sur les pommes de terre du groupement Norabio ou sur les rôties de porc de Salaison bio valeur. Autre exemple : une gamme de petit pois non calibrés en conserve, ce qui permet au PPA de valoriser 100 % de leurs récoltes.



La MDB s'est mieux maintenue en 2023 que le reste de l'offre : elle a progressé de 2 %, là où les autres marques nationales sont en baisse de 6 à 7 % en moyenne.

# UNE MARQUE À HAUTE VALEUR

La MDB (Marque de Biocoop) est la démonstration, en rayon, des valeurs défendues par la Coopérative. En 2023, elle a progressé sur tous les indicateurs reflète de la différence Biocoop : 100 % des produits MDB ne contient pas plus d'un marqueur d'ultra-transformation, l'emballage de l'offre boucherie en libre-service est passé au carton, de nouvelles références en bouteilles réemployables ont été déployées, ainsi qu'une gamme de shampoings solides, et 65 % des produits à marque affichent le logo Avec nos Paysan.ne.s Associé.e.s (PPA). « Aujourd'hui, 99 % des matières premières de notre MDB qui peuvent être françaises, le sont. L'objectif est d'être à 100 % à fin 2025 en privilégiant la production de nos PPA, acteurs d'une agriculture vertueuse, allant au-delà du règlement bio, précise Marine Balmens, cheffe de groupe marque. La Coopérative réalise 84 % de son chiffre d'affaires MDB dans l'alimentaire (hors exotique) avec des produits issus des PPA. Nous visons 85 % en 2025 ».

# FORT EN COM'



Biocoop est sorti du rang en 2023 avec sa nouvelle stratégie média, plus affinitaire, inscrite dans le quotidien des Français et très militante, pour inscrire une consommation plus durable dans les habitudes alimentaires. Exemple de messages diffusés sur les ondes, les réseaux sociaux, en TV et dans les magasins : Une alimentation bio diversifiée, c'est aussi bon pour la biodiversité ; Quand nos fruits et légumes sont en rayon, c'est sûr que c'est la saison ; Nos produits sont la marque de nos valeurs... « Notre objectif central a été celui d'une pédagogie appuyée auprès des consommateurs, tout en réaffirmant nos engagements », explique Claire Bourdon, directrice marketing.



Le taux de notoriété spontanée de Biocoop est de 56 % auprès des consommateurs bio. La marque figure aussi au rang de 10<sup>e</sup> enseigne préférée des Français, selon OC&C.

## RESPECT DE L'ANIMAL



Biocoop ne vend que des produits d'élevage biologique et veille de manière très concrète au respect du bien-être animal : bâtiments éclairés de lumière naturelle, accès en plein air... La Coopérative est par ailleurs engagée dans le projet européen PPILOW,

qui développe des solutions pour améliorer le bien-être des volailles et des porcs élevés dans des systèmes de production biologiques et de plein air.



## EXIGENCE PRODUCTIVE

Biocoop, pour accompagner le développement de l'agriculture biologique, assure une veille permanente auprès des producteurs et distributeurs. C'est ainsi que deux nouveaux groupements paysans sont entrés dans le giron des PPA en 2023 : la coopérative Roussillon La Tour, qui produit des pêches, nectarines, abricots, cerises... ainsi que les Miels bio des Limousins. 100 % bio, tous sont de fervents défenseurs d'une agriculture durable et vertueuse.

## MINEURES EN PREMIÈRE LIGNE

10 % des références en rayon sont issues de cultures mineures (avoine, seigle, lin, épeautre, millet, sarrasin, chanvre, légumineuses...), bonnes pour les sols et synonymes de diversité dans les champs. En 2023, plusieurs produits contenant des matières premières issues de cultures mineures ont fait leur apparition chez Biocoop : des desserts d'avoine et une offre traiteur végétale. Car mettre plus de diversité dans son assiette, c'est mieux équilibrer ses apports nutritionnels et encourager les paysans sur la voie des cultures alternatives.

En 2024, Biocoop supprimera tous les pectines et arômes de son offre.



## INGRÉDIENTS "SAIN-PLES"

Voici désormais le marqueur du combat de Biocoop contre l'ultra-transformation. Depuis trois ans, Biocoop livre un travail conséquent pour éliminer l'ultra-transformation de ses produits MDB. Trois engagements forts : le retrait de tous les arômes, sachant qu'à fin 2024, 100 % des produits MDB contiendront uniquement des extraits ; la suppression systématique des additifs identifiés à risque pour la santé et une liste très restreinte d'ingrédients ultra-transformés tolérés. Une nouvelle bataille est lancée à horizon 2026 : l'analyse des process de transformation industrielle, dont celui de l'extrusion.

## JUST ON TIME

En juin 2023, Biocoop a fêté la saisonnalité, occasion de rappeler aux clients que le « tout disponible tout le temps » n'a guère de sens. Également, depuis février, un fruit ou un légume de saison est mis en avant commercialement tous les mois. Depuis 2006, la Coopérative ne propose aucun fruit et légume de contre-saison, car ils confortent les systèmes de production énergivores, les circuits logistiques incohérents et une agriculture à contre-courant.

En 2023, 750 tonnes de tomates anciennes et 420 tonnes de choux-fleurs issus de semences « population » ont été vendues.





**SARAH  
DONNART**

Salariée Biocoop,  
responsable d'un magasin  
de 212 m<sup>2</sup> dans le Finistère



**ESTELLE  
COLIN**

Consommatrice et  
militante



**OLIVIER  
BUITGE**

Gérant de magasins Biocoop  
en région bordelaise

# ENTRETIEN CROISÉ

**Au quotidien, les 739 magasins Biocoop mettent en scène l'exigence de l'offre, ainsi que le travail réalisé pour rendre la Marque de Biocoop la plus irréprochable possible. Témoignages de deux d'entre eux et d'une consommatrice convaincue.**

**> Dans vos magasins, comment s'illustre le concept de consommation exigeante ?**

**OLIVIER BUITGE** Nous travaillons avec 50 producteurs locaux, dont nous validons qu'ils respectent le cahier des charges Biocoop en leur rendant visite tous les deux ans. Nous sommes aussi engagés auprès de petits paysans que l'on aide à se développer. Par exemple, nous sommes le client le plus important de Bio de Paco, un jeune producteur de tomates anciennes que nos clients adorent et qui accomplit un travail fantastique. Nous sommes également partenaires de la chaire agrobiologique de l'université de Bordeaux, dont nous transmettons le fruit des recherches à nos clients.

**SARAH DONNART** Nous réalisons un important travail quotidien d'explications des enjeux liés à l'alimentation et à l'agriculture biologique, notamment au travers des engagements et des valeurs défendus par notre marque. Sa singularité est notre meilleur argument face à des clients parfois un peu perdus, mais globalement très exigeants et en attente de nos conseils. Par exemple, notre confiture de fruits rouge issue à 100 % de filières françaises est une prouesse, dont nous expliquons les spécificités et vertus. Et ça marche : non seulement le nombre de nos clients augmente, mais aussi leur appétence pour notre marque ! Nous mettons également en scène de manière régulière

le travail de nos 60 producteurs locaux et sommes un trait d'union entre ceux-ci et les consommateurs.

**ESTELLE COLIN** Pour l'écolo que je suis, radicale par certains aspects, Biocoop est une solution évidente et rassurante. Je connais bien le gérant du magasin dans lequel nous faisons nos courses et je lui accorde ma confiance à 100 %. Ce qui me fait aller chez Biocoop, c'est bien sûr sa posture militante, mais surtout son jusqu'au-boutisme dans l'exigence. Je sais qu'il n'est pas utile que j'épluche les étiquettes, tous mes critères sont regroupés dans les produits, validés par des labels sérieux et indiscutables.

**> Qu'est-ce qui vous embarque dans le projet Biocoop ?**

**OLIVIER BUITGE** Incontestablement cette formidable utopie de vouloir changer le monde. Malgré toutes les difficultés du moment, je crois fermement en ce dessein. Durant la crise sanitaire, j'étais très anxieux, mais aujourd'hui je suis passé à l'action, ce qui me donne pêche et énergie. Chez Biocoop, nous sommes à la fois libres et indépendants ; nous pouvons donc accomplir plein de choses !

**SARAH DONNART** D'une certaine façon, nous n'avons pas le droit à l'erreur et cela confère en effet beaucoup d'énergie et d'enthousiasme. Dans nos magasins, les clients recherchent une extrême qualité, du conseil et la plus grande des sincérités.

# BIOCOOP, COMMENT CHANGES-TU LE MONDE ?

Qui mieux que quatre administratrices et administrateurs de la Coopérative pour répondre à cette question décisive ? Ils mettent en œuvre le projet Biocoop et l'incarnent dans leur posture quotidienne.

Je pense que nos magasins sont un moyen de développer l'agriculture biologique en synergie avec la production.



Les magasins ne sont pas que des distributeurs ; nous sommes les acteurs à part entière d'une bio forte et accessible. Absolument unique dans le paysage, Biocoop favorise la convergence de personnalités différentes, aux choix et parcours de vie multiples, aux savoir-faire divers, qui se retrouvent autour d'un même projet, celui de porter l'agriculture biologique. Cette diversité de profils nous rend forts et nous permet d'aller toujours plus loin dans nos combats, dont le plus stratégique

d'entre eux : sortir la bio du marché de niche dans lequel elle est enfermée. L'agriculture biologique doit devenir la seule réalité de demain, avec plus de surfaces cultivées et donc plus de production, car elle est la solution aux problèmes de santé publique et de destruction environnementale actuels. Mon engagement est tout entier tourné vers nos producteurs : pour les aider à survivre, à se développer, à généraliser des pratiques vertueuses et à augmenter leur rayon d'action.

Anne Cherrier | administratrice issue des sociétaires magasins, gérante d'un magasin Biocoop dans le centre de Tours

Ce n'est pas une enseigne de distribution que j'ai choisie, c'est un projet de société !



Je suis fière de participer à ce projet écrit il y a 37 ans et dont les engagements sont toujours aussi forts. Chaque point de vente a son atmosphère et ses partis pris. Notre offre est unique et nos produits à marque Biocoop, exemplaires. Surtout, nos valeurs sont incarnées par les hommes et les femmes qui font la Coopérative : gérants de magasin, paysans, salariés et consommateurs, tous engagés dans la transition environnementale et sociétale.

Mon ambition est de contribuer à aller toujours plus loin dans notre vision alternative de l'agriculture et du commerce. Les jeunes générations militantes attendent de nous la radicalité de nos engagements ; nous devons les convaincre que face au changement climatique et à un système économique destructeur, l'agriculture biologique est une solution concrète pour penser et agir différemment.

Orianne Laviec | administratrice issue des sociétaires salariés



## Biocoop confère de la matière et du poids à notre discours de paysans.



Le projet Biocoop est le seul qui porte de manière aussi forte un commerce équitable, clé de l'agriculture de demain. L'agriculture biologique, en effet, ne sera pas durable si elle n'est pas équitable. Et ça, Biocoop le revendique et le matérialise quotidiennement. En 2023, la crise a été rude pour le monde paysan. Le fait d'appartenir au réseau Biocoop nous permet de résister. Chez Norabio, nous fournissons 330 hectares de pommes de terre à l'ensemble des marchés en 2022 ; nous sommes descendus à 180 hectares en 2023, car la GMS nous a lâchés ! Mais le volume chez Biocoop

est resté quasiment identique. Quelle meilleure preuve de son efficacité ? Et quel garde-fou pour nous ! Biocoop nous permet de garder confiance, de continuer à espérer. Nous échangeons beaucoup, nos problématiques sont prises en compte, nous défendons le destin commun dans lequel nous croyons. Mon grand défi en tant qu'administrateur est de développer le commerce équitable en France, seul apte à répondre aux enjeux que l'actuelle crise agricole révèle. Cela ne se fera pas sans un accompagnement de la puissance publique ; nous saurons le revendiquer !

**Mathieu Lancry** | administrateur issu des sociétaires producteurs, président de Forébio et paysan en légumes de plein champ et céréales, adhérent de Norabio et Biocer



## Je suis convaincue que la vision de Biocoop est unique dans le paysage actuel.



Également administratrice de l'association Bio consom'acteurs, je suis engagée à informer les citoyens de l'importance de nos choix de consommation, à sensibiliser sur les conséquences de ces choix sur notre santé et notre écosystème, et à promouvoir les vertus de l'agriculture biologique. Consommatrice chez Biocoop depuis une dizaine d'années,

je suis convaincue que la vision de Biocoop est unique dans le paysage actuel : elle est à la fois pleine de bon sens, ancrée dans le réel et respectueuse de toutes les parties prenantes. Mon ambition est, non seulement de continuer à fédérer autour d'une bio exigeante, mais aussi d'agir pour porter les consommateurs au cœur de la vie de la Coopérative.

**Christelle Moussa** | administratrice issue des sociétaires consommateurs

# BIOCOOP, ENSEIGNE BIO MILITANTE



## LES PRODUCTEURS ET FOURNISSEURS

**3 000** fermes et plus de  
**9 600** producteurs locaux  
**1 200** fournisseurs

## LE PROJET

Une charte datant de 1986 signée de l'ensemble des magasins, qui affirme des principes fondateurs et scelle les valeurs et engagements du réseau

## LA VISION

« Agir ensemble pour changer le monde »

## LES OBJECTIFS STRUCTURANTS

Des solutions concrètes pour :

- ✓ **Accélérer la transition écologique**
- ✓ **Contribuer à l'Économie sociale et solidaire (ESS)**
- ✓ **Favoriser une alimentation bio exigeante**

APPROVISIONNENT

## LA COOPÉRATIVE

**1 110** SOCIÉTAIRES

**657** sociétaires magasins

**428** sociétaires salariés

**4** associations de consommateurs

**21** groupements de producteurs

QUI DÉFINISSENT LE PROJET BIOCOOP  
ET DONNENT  
LES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

SOUTIENNENT



## LES CONSOMMATEURS



## LE RESEAU DE MAGASINS

**739** magasins  
**7 000** salariés environ

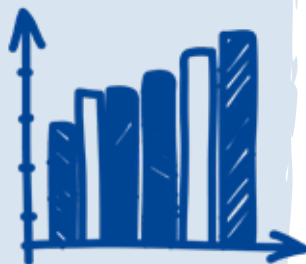
# BIOCOOP

### 1 209 SALARIÉS

- au sein des directions opérationnelles
- et des trois filiales : Défibio, Biocoop restauration et Société de transports Biocoop

### QUI METTENT EN ŒUVRE LE PROJET BIOCOOP

DISTRIBUE



## VALEUR CRÉÉE EN 2023

### POUR LA COOPÉRATIVE

- 846,8 M€ de CA
- 42 % de femmes au conseil d'administration
- 93/100 Index de l'égalité femmes-hommes
- 1 774 400 € d'intéressement et 83 784 € de participation reversés aux salariés

### POUR LES MAGASINS

- 13 magasins ouverts en 2023
- 45 % des magasins sous statut ESS
- 1 529 M€ de CA, soit + 2,2 % par rapport à 2022
- Biocoop représente 12 % du marché bio en France (source : l'Agence Bio - 2022)

### POUR LES PRODUCTEURS ET FOURNISSEURS

- 25,7 % de commerce équitable (part du CA, hors fruits et légumes)
- 86 % des produits productibles en France sont d'origine France
- 15,7 % de produits issus du local<sup>1</sup>
- 6,7 M€ dans le soutien à la conversion biologique et l'accompagnement des investissements des transformateurs
- 960 000 € de primes commerce équitable versées aux Paysan.ne.s Associé.e.s en 2023

### POUR LES CONSOMMATEURS

- 100 % de produits bio ou en conversion
- 500 produits à Prix maximum autorisé (PMA)
- 35,4 % de l'offre vendue sans emballage à usage unique (part du CA)
- Près de 100 000 euros de marge reversés lors des collectes bio solidaires
- 76 % des ménages ont un magasin à moins de 15 minutes

### POUR LA SOCIÉTÉ

- 0 transport en avion
- 100 % d'électricité verte consommée (Coopérative Biocoop et magasins)
- - 4,3 % des émissions de CO<sub>2</sub> de la STB (Société de transports Biocoop) par kilomètre parcouru entre 2020 et 2022
- 100 % des plateformes certifiées HQE et ISO 14001
- 95,9 % des déchets des plateformes valorisés

1/ dernier pourcentage connu, basé sur la dernière déclaration d'achats des sociétaires – déclaration annuelle sur la période d'exercice comptable, période pouvant varier selon les sociétaires

# DES ÉQUIPES ENGAGÉES



## Des équipes largement associées au projet Biocoop

**Favoriser la qualité de vie au travail, développer les connaissances, promouvoir la diversité sous toutes ses formes et l'égalité des chances sont parmi les engagements forts de la Coopérative et des magasins. Focus sur quelques actions emblématiques de l'année.**

Le nouvel accord de Gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC) est entré en vigueur en 2023, avec une attention particulière portée à l'aménagement des fins de carrière.



### L'ACCORD GPEC EN MARCHÉ

Le nouvel accord sur la Gestion des emplois et des compétences (GPEC) est entré en vigueur en janvier 2023. Ses deux objectifs principaux sont d'encourager les collaborateurs qui le souhaitent à la reconversion professionnelle et de garantir à chaque salarié senior les conditions d'une fin de carrière aménagée. Notamment, pour toute retraite progressive à minimum 80 %, Biocoop finance les cotisations patronales retraite sur la base d'un temps plein pour les six derniers mois d'activité.

### L'ALTERNANCE FAVORISÉE

Pour promouvoir le recrutement d'alternants dans les magasins, un travail partenarial a été initié dans quatre régions avec plusieurs gérants : actions de communication spécifiques, aide à la tenue d'entretiens et réalisation d'une vidéo sur la marque employeur de Biocoop.

### LA SÉCURITÉ, UN ENJEU MAJEUR

Biocoop a renforcé ses rituels sur la thématique sécurité, qui peuvent être journaliers, hebdomadaires ou mensuels, avec les chefs d'équipe, les directeurs et le service des Ressources humaines. Des entretiens de retour d'accident ont également été renforcés. Développer la culture sécurité au niveau de l'encadrement sera un axe fort en 2024, via un programme complet visant à agir sur les différents leviers.



Sur les quatre plateformes logistiques de Biocoop, les collaborateurs sont sensibilisés aux troubles musculosquelettiques et formés aux échauffements à la prise de poste.





Depuis plusieurs années, les plateformes logistiques de Biocoop ouvrent leurs portes aux salariés et à leurs familles. C'était le cas par exemple sur la plateforme Sud-Est en 2022 et 2023. Activités manuelles et sportives ont rythmé ce moment de convivialité.



## LA SOLIDARITÉ À L'ÉPREUVE DES FAITS

Au cours de l'été 2023, Biocoop a lancé un appel au don de jours de repos pour une collaboratrice. Des collaborateurs de tous les sites ont répondu, ce qui a permis de comptabiliser 106,5 jours de repos. Une brillante illustration de la générosité et solidarité dont les équipes font preuve.



Tenue du 6<sup>e</sup> Duodau de Biocoop le 23 novembre 2023, lors de la Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées. Objectifs : lutter contre toutes les formes de discrimination, briser les barrières et les idées reçues.



Inauguration, le 2 octobre 2023, du nouveau siège d'Angers. Les équipes ont intégré des locaux modernes, adaptés au flex-office et plus performants en termes de rationalisation des espaces.

Suite au quiz sur la vie politique de Biocoop lancé en mars 2023, plusieurs collaborateurs ont été invités à passer une journée au sein de deux groupements de producteurs, Volailles bio de l'Ouest et Bio Centre-Loire. Au programme : échanger sur l'activité de paysan, ses contraintes et les engagements de la Coopérative.

## À FOND LA FORMATION

Plus de 2 900 collaborateurs de la Coopérative et des magasins ont été formés en 2023, tandis que la plateforme d'e-learning a enregistré plus de 12 500 connexions. Parmi les nouvelles thématiques abordées : la prise de parole pour les animateurs réseaux, l'accompagnement des moniteurs marchés à la formation de formateurs, le pilotage de l'efficacité magasin pour les points de vente en difficulté financière, un nouveau module sur la démarque, ainsi qu'un quiz sur le cahier des charges Biocoop, l'hygiène en magasin et les fruits et légumes...

## ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES

Pour la 3<sup>e</sup> année consécutive, Biocoop a obtenu la note de 93/100 à l'index d'égalité professionnelle, qui évalue les situations professionnelles des femmes et des hommes au sein des entreprises. Cinq indicateurs sont analysés : les écarts de rémunération, de répartition des augmentations individuelles et de répartition des promotions, ainsi que le pourcentage de salariées augmentées à leur retour de congé maternité et la parité parmi les dix plus hautes rémunérations. Chez Biocoop, 42 % de femmes siégeaient au conseil d'administration en 2023.



**ET AUSSI...** ➤ La signature d'un accord de groupe sur l'intéressement ➤ Un accord NAO (Négociation annuelle obligatoire) prévoyant des augmentations générales de salaire et favorisant les salaires les moins élevés, ainsi que l'ancienneté ➤ La création d'un webinar pour les gérants et responsables de magasin sur les enjeux et bonnes pratiques du recrutement en point de vente ➤ Poursuite et aboutissement de la négociation sur l'intéressement et la prime Développement durable. ➤ 98,65 % des entretiens annuels et des entretiens professionnels réalisés.

# TABLEAU DE SYNTHÈSE DE

Les entreprises employant plus de 500 salariés et dont le bilan ou le chiffre d'affaires net excède 100 millions d'euros pour celles non cotées ont l'obligation de produire une Déclaration de performance extrafinancière (DPEF), qui doit faire l'objet d'une vérification obligatoire par un Organisme tiers indépendant.

L'identification des risques et engagements principaux de Biocoop telle qu'explicitée dans ce document repose sur le croisement de deux outils : la cartographie des risques mise à jour en 2023 et l'analyse de matérialité réalisée en 2015, et mise à jour en 2019, par le service RSE. Destinée à engager progressivement l'entreprise dans une approche globale de pilotage de la performance extrafinancière, cette DPEF caractérise les enjeux principaux de Biocoop.

Ce rapport intégré (rapport d'activité + DPEF) révèle notre engagement en faveur d'une valeur sociale, environnementale et sociétale partagée. Il contribue au développement d'un sentiment affinitaire de nos parties prenantes autour de notre projet.

ENJEUX	RISQUES	PILOTE INTERNE	POLITIQUE
<b>S'APPROVISIONNER AU PLUS PRÈS</b>	Pénurie, filières risquées Impact climatique du transport	Direction amont Defibio, fonds de développement	Plan d'approvisionnement et de relocalisation 5 ans Stratégie Fournisseurs
<b>TENDRE VERS LE ZÉRO DÉCHET</b>	Impact environnemental des déchets et emballages sur tout leur cycle de vie des produits	Service Marques et innovation de l'Offre Direction Qualité et RSE Services QHSE des sites Commission Zéro Déchet	Politique QSE Stratégie Zéro Déchet (vrac, réemploi et valorisation) Stratégie emballages
<b>PILOTER ET RÉDUIRE NOTRE IMPACT ÉCOLOGIQUE GLOBAL</b>	Augmentation des émissions de GES Épuisement des ressources Non-maîtrise des coûts	Direction Qualité et RSE Société de Transports Biocoop Services QHSE des sites	Politique QSE Charte CO <sub>2</sub> de l'ADEME Décarbonons ! – stratégie bas carbone de Biocoop
<b>PARTAGER LA VALEUR</b>	Mauvaise répartition de la valeur du champ à l'assiette	Direction amont Chargé du commerce équitable	Démarche Commerce Équitable
<b>DÉVELOPPER UN FORT ANCRAGE TERRITORIAL</b>	Inflation /pouvoir d'achat : accès limité à une alimentation de qualité Manque de sensibilisation à une consommation / alimentation durable Diminution du marché de la Bio = crise économique destructrice d'emplois	Direction Réseau Fonds de dotation Biocoop	Stratégie de développement / maillage des points de vente Stratégie du Fonds de dotation Biocoop (axe « Solidarité Alimentation Responsable »)
<b>UNE BIO PAYSANNE DE PROXIMITÉ</b>	Développement d'une bio industrielle qui ne répond qu'au seul enjeu « sans pesticide chimique » sans prendre en compte la durabilité et le volet social du modèle agricole « bio-paysanne »	Directeurs de secteurs produits Responsables filières Direction Qualité et RSE	La stratégie Fournisseurs La priorisation des achats Les CCP des produits MDB qui favorisent une bio paysanne de proximité à travers les achats « Avec nos Paysan.ne.s Associé.e.s » Cahier des charges produits Marque de Biocoop (MDB)
<b>UNE CONSOMMATION DURABLE ET RESPONSABLE</b>	Confusion et dégradation de notre image de marque Manque de perception de l'ensemble des dimensions de singularité des produits à la Marque de Biocoop Manque de perception et de garantie du rapport qualité/prix (produits responsables)	Direction Marketing Direction Qualité et RSE Direction de l'Offre	Plateforme de marque Cahiers des charges magasins Manifeste MDB Politique Qualité des produits MDB
<b>PRÉVENTION DES RISQUES PROFESSIONNELS</b>	Accidents graves et maladies professionnelles	Responsable Sécurité-Environnement Direction Qualité et RSE RQHSE site /activités	Politique QSE Système de management intégré
<b>DIALOGUE SOCIAL</b>	Non-respect de la réglementation Dégradation du climat social	Direction des ressources humaines Responsable affaires sociales CSE par établissement et CSE Central	Politique sociale (accord sur le handicap, accord sur l'égalité professionnelle et salariale entre les femmes et les hommes, accord télétravail)
<b>DÉVELOPPEMENT DU CAPITAL HUMAIN</b>	Affaiblissement des compétences Baisse de l'engagement des collaborateurs	Direction des Ressources Humaines Chargée de mission handicap	Politique sociale et développement des compétences (entretiens annuels, formation, fiches de poste, etc.) Travail de la marque employeur Politique handicap

# LA PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

INDICATEURS (dont résultats 2023)	OBJECTIFS 2024 (ou autre si spécifié)	PAGE
86 % des produits productibles en France sont d'origine France	90 % des produits productibles en France sont d'origine France	p. 31
54 % des magasins points de collecte pour le réemploi 35,4 % de l'offre vendue sans emballage à usage unique (part du CA) 95,9 % de déchets plateformes valorisés	100 % des magasins points de collecte pour le réemploi (2025) 39,7 % de l'offre vendue sans emballage à usage unique (2025) > 95 % de déchets plateformes valorisés (2025)	p. 13
100 % des sites logistiques et des agences de transport (STB) certifiés ISO 14001 100 % d'électricité renouvelable consommée - 4,3 % des émissions de CO <sub>2</sub> de la STB par kilomètre parcouru (2020 - 2022) 71 % du parc de camions équipés en motorisation biogaz, et 0 % de remorques électriques	100 % des sites logistiques et des agences de transport (STB) maintenus certifiés ISO 14001 -25 % d'émissions de CO <sub>2</sub> (2030) jusqu'au scope 3 Ré engagement charte CO <sub>2</sub> (2024-/2026) et nouvel objectif de réduction 100 % du parc de camions de la STB équipé en motorisation biogaz (2025) et 9 % de remorques électriques (2025)	p. 14
25,7 % du CA en commerce équitable (hors fruits et légumes) Labellisation Bio équitable en France 45 % des magasins a un statut ESS	30 % du CA en commerce équitable (2025) Maintien de la labellisation Bio équitable en France	p. 19 p. 19 p. 31
15,6 % de produits locaux <sup>1</sup> 63 % des magasins engagés sur les territoires dans au moins un programme de solidarité du Fonds de dotation Biocoop 76 % des ménages ont un magasin accessible en moins de 15 min	15 % de produits locaux 100 % des magasins engagés sur les territoires dans au moins un programme de solidarité du Fonds de dotation Biocoop (2025) 76 % des ménages ont un magasin accessible en moins de 15 min	p. 19
11,5 % du CA total réalisé avec des produits contenant de la matière première des Paysan.ne.s Associé.e.s 84 % du CA MDB réalisés avec les Paysan.ne.s Associé.e.s de la coopérative (Périmètre alimentaire hors exotique)	25 % du CA total réalisé avec des produits contenant de la matière première des Paysan.ne.s Associé.e.s 85 % du CA MDB réalisés avec les Paysan.ne.s Associé.e.s de la coopérative (Périmètre alimentaire hors exotique)	p. 25
56 % : le taux de notoriété spontanée de Biocoop auprès des consommateurs de bio résidant sur zone de chalandise Biocoop 100 % des produits MDB ne contiennent pas plus d'un marqueur d'ultra-transformation 89 % de performance RSE (évaluation ECOCERT ISO 26 000) 96 % de performance Bio Entreprise Durable (Synabio)	56 % : le taux de notoriété spontanée de Biocoop auprès des consommateurs de bio résidant sur zone de chalandise Biocoop 100 % des produits MDB ne contiennent pas plus d'un marqueur d'ultra-transformation 100 % des produits MDB sans arômes et sans pectine Maintien des résultats ECOCERT 26 000 et Bio Entreprise Durable	p. 25 p. 26 p. 3
Taux de gravité : 4,15 (avec report) Taux de fréquence : 39,54	Taux de gravité : 3,55 Taux de fréquence : 40,6	p. 32/33
100 % des accords signés : signature de 3 accords (Vote électronique, NAO, Intéressement 2023) 0 mise en demeure de mise en conformité de la part de l'inspection du travail	Accord : Intéressement 2024, prime de départ volontaire à la retraite pour les années 2025, 2026 et 2027, avenants mutuelle et prévoyance, prime Développement Durable pour 2024 Lancement d'un nouveau baromètre Social pour la SA 0 mise en demeure de mise en conformité de la part de l'inspection du travail	p. 32/33
93/100 : index de l'égalité femmes-hommes 1,4 % de la masse salariale consacrée à la formation 98,65 % des entretiens annuels réalisés 4,26 % d'effectif en situation de handicap	93/100 : index égalité H/F 1 % de la masse salariale consacrée à la formation 100 % des entretiens annuels réalisés 6 % de salariés en situation de handicap en emploi direct	p. 32/33

