



Acteur
ENGAGÉ
de la Bio
SANS COMPROMIS

— DOSSIER DE PRESSE 2020 —

biocoop
LA BIO NOUS RASSEMBLE



biocoop
GASPILLAGE ALIMENTAIRE

BISCUITS

NOISETTES

COMPOSEZ VOTRE SUPER PLATI-CRÈME!

CRANBERRIES

PÊTES DE CHOCOLAT

PÉTALES DE MAÏS

LIMITE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

CHOCOLAT

LA RUCI
STOL



Édito Pierrick De Ronne PRÉSIDENT

Le projet de Biocoop a démarré il y a plus de 30 ans sous l'impulsion de visionnaires dotés d'une formidable intuition. Contre vents et marées, ils y ont cru avant tout le monde ! Ce projet alternatif est devenu l'un des seuls crédibles pour répondre aux défis de notre planète.



Biocoop a vu le jour d'un mouvement d'idées né dans les années 1970 pour être aujourd'hui une réussite sociale, sociétale et politique. Biocoop a une vision et une ambition sociétale qui se caractérise par la mise en œuvre d'un modèle RSE cohérent.

Biocoop est un réseau formidable, animé par des sociétaires passionnés, qui font rayonner sur leurs territoires le projet de notre Coopérative. **Nous entrons dans une période de convergence entre les aspirations des citoyens, les mutations écologiques et sociales et le cœur du combat de Biocoop.**

Nous avons une responsabilité à l'égard du monde agricole qui voit en Biocoop un allié essentiel pour défendre une agriculture créatrice de valeurs au-delà du cahier des charges bio.

Nous avons une responsabilité envers les acteurs de l'Economie Sociale et Solidaire qui voient dans Biocoop une présence forte et un porte-parole pour une Economie créatrice d'externalités positives et régénératrices.

Nous avons une responsabilité vis-à-vis des consommateurs, qui voient dans Biocoop une offre alternative qui répond à leurs questionnements et à leurs attentes.

Nous avons la responsabilité de nous battre pour notre désir de faire société en affirmant de nouveaux combats et en assumant notre influence.

Les consommateurs prennent conscience de leur pouvoir de citoyens. Ils se tournent massivement vers des modes de consommation plus responsables. Le progrès défendu par un distributeur ne serait-il pas de s'adresser plutôt à la responsabilité du citoyen qu'à sa fibre consumériste, proposer de la valeur ajoutée plutôt que des rabais ?

Proposons de la qualité, du sens, de la cohérence et de l'authenticité. L'authenticité, souvent opposée au progrès, n'en est-elle pas finalement un synonyme ? Les entreprises doivent se donner pour mission de servir l'intérêt général en intégrant dans leurs résultats leurs externalités. Celles qui ne se donneront pas ce type de mission disparaîtront tôt ou tard. J'en suis convaincu.



*Un acteur
pionnier et
engagé, fondé
sur un esprit
coopératif*

30 ANS AU SERVICE D'UNE CONSOMMATION PLUS JUSTE

Plus qu'un réseau de distribution, Biocoop est un **projet coopératif** unique en Europe né en 1986 de la volonté des consommateurs de se fédérer avec des producteurs avant-gardistes. **D'une "utopie" à un projet sociétal (re)connu !** La force du réseau réside dans la diversité de ceux qui le composent. Biocoop réunit des **personnalités convaincues et indépendantes** qui partagent un **projet commun** : œuvrer pour une consommation plus responsable et citoyenne.

Un réseau DE MAGASINS INDÉPENDANTS ET VARIÉS

Biocoop veut rendre la bio accessible à tous, et c'est d'abord dans le déploiement de son réseau qu'il s'investit.



- Avant 2019
- Nouveaux magasins 2019

Biocoop est ainsi présent à travers **plus de 630 points de vente**, dans le centre des grandes villes de France et en périphérie mais aussi dans les villages des zones rurales. Biocoop privilégie **un réseau de magasins à taille humaine**, toujours adaptés aux spécificités de leur environnement. Le plus petit magasin occupe 40m² quand le plus grand s'étend sur presque 1000m². La diversité des magasins s'exprime également dans la diversité des statuts de chacun d'entre eux : Coopérative de consommateurs, association, SCOP, SAS, SARL, SARL ESS, SCIC...



Une mission
FORTE
et une identité
SINGULIÈRE

Jouons sur nos différences, ce sont elles qui feront notre force. **Mobilisons-nous autour de combats**, et **gagnons les "ensemble"**. Nous avons toutes et tous besoin de sens individuellement et collectivement. Les combats ne manquent pas !



Notre Conviction

Notre monde pose le défi d'un profond changement de modèle, que seule la bio est en mesure de relever. Par la bio, nous entendons une bio cohérente en tous points :

- Cohérente envers son cahier de charges, qui va plus loin que le label bio
- Cohérente avec les attentes consommateurs (des produits de saison et au plus près)
- Cohérente avec les différents acteurs de la chaîne (juste rémunération des producteurs et des transformateurs)
- Cohérente avec l'environnement (limitation du gaspillage alimentaire et des emballages superflus).

Et ce défi, on ne pourra le relever qu'ensemble.

Notre Rôle

Cœuvrer, en tant que réseau coopératif militant, pour une consommation plus responsable et citoyenne, à travers le développement d'une agriculture bio paysanne de proximité et l'animation d'une communauté d'acteurs, du producteur au consommateur, tous engagés pour faire émerger des alternatives sociales, écologiques, équitables et durables.

Notre Ambition

Être l'un des acteurs majeurs de la transition vers un monde plus solidaire et responsable, en étant le créateur, l'incubateur ou le promoteur de changement sociétal.



Incluant tous les acteurs du quotidien dans sa mission (clients, producteurs, magasins, salariés, partenaires...), Biocoop matérialise son engagement par une signature percutante, inclusive et fédératrice :

"La Bio nous rassemble".



Une offre
RESPONSABLE,
pour redessiner
la consommation
de demain

**UNE OFFRE 100% BIO, 100% DE SAISON,
AU PRIX LE PLUS JUSTE**

Chez Biocoop, tous les produits sont **bio, de saison** et la **provenance locale est privilégiée**. Ils ne voyagent jamais par avion pour limiter au maximum leur empreinte carbone. Quant au prix, Biocoop joue **la transparence**. Les produits doivent rester accessibles, préserver la pérennité des magasins et respecter le travail des producteurs.

UNE OFFRE COHÉRENTE

Biocoop propose une bio sociale, vertueuse, cohérente et porteuse de valeurs.

Cela se traduit par :

- **Une sélection des produits plus exigeante** que le cahier des charges officiel bio. Biocoop ne fait aucune concession et sélectionne des produits de saison, locaux, 100% bio, 0% OGM, zéro transport par avion, zéro pesticide de synthèse.
- **Des relations de confiance et de proximité** avec les producteurs notamment à travers la section agricole, partie prenante de la gouvernance Biocoop, et les relations directes avec les producteurs locaux.
- **Un modèle coopératif unique** qui réunit magasins, producteurs, consommateurs et salariés.



80%

*des références
proposées par
Biocoop sont
d'origine
France*



12,8%

*de l'offre
en local
provient d'un rayon
de 150km autour
du magasin.*

LUTTER CONTRE LE SUREMBALLAGE:

370 références disponibles en vrac

Depuis sa création, Biocoop propose des produits en vrac, disponibles dans la catégorie "épicerie". L'enseigne propose également de l'eau, du vin, de l'huile, du miel et même des produits d'entretien et de la lessive.

Depuis 2017, Biocoop ne vend plus de bouteilles d'eau en plastique. Cette décision militante est d'autant plus forte et symbolique que jusqu'ici, ces bouteilles étaient le produit le plus vendu au sein de ses magasins !



Des actions
**transversales
concrètes
et engagées**

**MILITER POUR ACCOMPAGNER LES PETITS
ET LES GRANDS CHANGEMENTS**

Plus qu'un réseau de distribution, Biocoop s'implique en dehors de ses points de vente pour promouvoir un **changement de comportements et de modes de vie**, en faisant évoluer les choix de consommation.

BIOCOOP MÈNE DIVERSES ACTIONS MAJEURES DE TERRAIN, DANS OU HORS DE SES POINTS DE VENTE :

En plus de son engagement quotidien, Biocoop accompagne aussi les consommateurs vers une transition durable. Dans l'air du temps, cette initiative s'inscrit pleinement dans une nouvelle posture des consommateurs prêts à emprunter un chemin plus responsable et répond à leurs attentes, autour de choix plus exigeants, réfléchis et raisonnés.

L'accompagnement vers un mode de vie plus durable : en magasin, Biocoop propose des animations ludiques pour apprendre à cuisiner sans gâchis, des conférences sur la nutrition pour faire un premier pas vers le flexitarisme en consommant moins (mais mieux) les produits d'origine animale ou encore des ateliers de fabrication de cosmétiques maison.

Un soutien à la conversion à l'agriculture biologique : Biocoop soutient les agriculteurs qui s'engagent dans l'adoption d'un mode de production biologique. Certains de leurs produits sont ainsi sélectionnés, mis en lumière en magasin et vendus au profit d'associations.

Le développement d'un commerce équitable origine France : Biocoop assure non seulement une rémunération plus gratifiante pour le producteur mais garantit aussi un circuit court et éthique pour le consommateur.



Biocoop s'engage aussi via son fonds de dotation, qui soutient des missions d'intérêt général en faveur de l'alimentation et de l'agriculture durables.

Par exemple, avec l'**opération "Don Militant"**, les clients ont été nombreux à arrondir le montant de leurs courses à l'euro supérieur. En 2019, Biocoop a soutenu **"Solidarité Paysans"**. Plus de 80000 euros ont été récoltés, auprès de 195 magasins du réseau et ont ainsi permis d'accompagner les paysans dans le changement de leurs pratiques agricoles.

En 2020, c'est **"Emmaüs France"** qui sera soutenue pour créer des jardins et fermes bio au sein de ses structures. **Donnons des emplois et une alimentation bio pour les plus vulnérables !**

L'objectif des projets à fort impact

social

- Création de lien social
- Création d'emplois
- Reconstruction des personnes fragiles
- Accessibilité à une alimentation bio





Biocoop
en chiffres

BIOCOOP AUJOURD'HUI



Réseau de
DISTRIBUTION DE
+ DE 630
POINTS DE VENTE

70 ouvertures par an

34% des magasins
en statut ESS

34 ans d'existence
dans la bio

0% OGM



TRANSPORT PAR AVION

100%

Bio et de saison



370
RÉFÉRENCES VRAC



80%
de l'offre
ORIGINE FRANCE



12,8%
DE PRODUITS
LOCAUX



24%
COMMERCE
équitable

3 600
FERMES PARTENAIRES

20
GROUPEMENTS
DE PRODUCTEURS

+ DE 7 000
PRODUCTEURS LOCAUX





Notre
modèle
D'AGRICULTURE

**PARCE QUE SE FAIRE PLAISIR EN PLEINE
CONSCIENCE DOIT ÊTRE SIMPLE...**

La Bio selon Biocoop, c'est l'assurance de **manger bon et sain**, mais aussi de **devenir acteur du changement** tout simplement, grâce à : **de bons produits**, **son engagement aux côtés des producteurs** pour proposer le meilleur de la Bio paysanne, **des magasins lieux de vie** animés par des équipes passionnées, qui transmettent et sensibilisent au quotidien.



AVEC NOS PAYSAN.NE.S ASSOCIÉ.E.S

Tout notre lien à la terre est là !

Biocoop et les producteurs , ça ne date pas d'hier...

La marque Biocoop s'accompagne de nouveaux éléments visuels destinés à mieux communiquer sur les engagements et les valeurs de l'enseigne. Le pictogramme "Avec nos paysan.ne.s associé.e.s" est ainsi présent sur certains packagings : ceux des produits dont les matières premières sont issues des groupements de producteurs sociétaires.

En 1988, la charte Biocoop précise déjà "qu'en partenariat avec des groupements de producteurs, nous créons des filières équitables fondées sur le respect de critères sociaux écologiques exigeants". **En 2000**, la démarche "Ensemble pour plus de sens" se développe avec Biolait pour créer la 1^{re} filière autour du lait. Suivront : les filières céréales et légumineuses, fruits et légumes et viande. **En 2006**, les groupements partenaires de cette démarche ont leurs représentants au Conseil d'administration de la coopérative Biocoop. **En 2012**, la démarche Ensemble devient "Ensemble, solidaires avec les producteurs". **En 2020**, les paysan.ne.s associé.e.s sont au coeur de la nouvelle marque Biocoop !

Aujourd'hui, **la section agricole réunit 20 groupements 100 % bio**. Tous respectent un cahier des charges exigeant et sont parties prenantes de la coopérative, de son fonctionnement et de sa stratégie.

L'enjeu, derrière ce macaron, est de valoriser la démarche différenciante de Biocoop : une cohésion totale, du producteur au commerçant. L'objectif est que le consommateur ait conscience, en achetant ces produits, qu'il encourage ce processus vertueux de défense de l'agriculture biologique paysanne française.



Un groupe de travail réunissant les représentants des groupements de la section agricole et les équipes marketing et communication a été mis en place pour imaginer ce logo. Nous l'avons présenté à des consommateurs afin de voir comment il était perçu. Le côté moderne et l'implication féminin et masculin ont plu, de même que le mot paysan à l'unanimité. Ce mot n'a plus sa connotation péjorative, il évoque l'authenticité, la personne qui travaille la terre et le paysage. Enfin, les termes "avec nos" soulignent l'engagement réciproque et "associé.e.s" accentue l'intérêt commun.



Christelle Garnier, Administratrice Biocoop, agricultrice et Vice Présidente de la Cocébi*



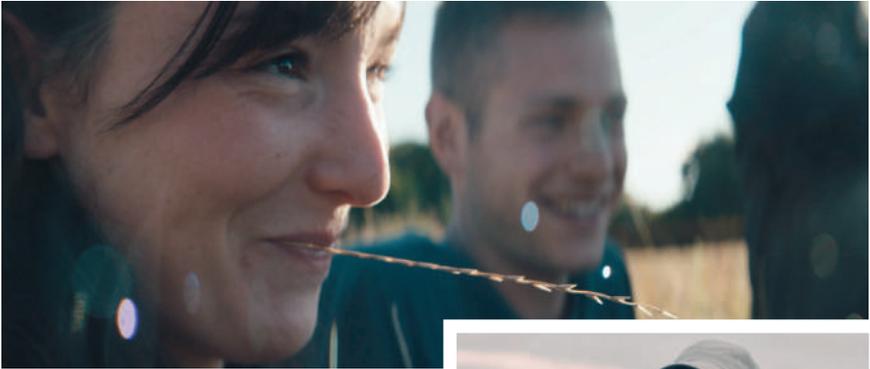
Notre
modèle
D'ÉCONOMIE

L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

Soyons unis et fiers de porter l'ESS pour nous permettre de rêver à un autre monde... et le rendre possible. Biocoop, en tant que coopérative, porte un projet crédit d'une économie sociale et solidaire solidement implantée dans un monde en transition.

En tant que réseau, les sociétaires dirigent des entreprises indépendantes (magasins et producteurs) avec la même préoccupation de développement de l'agriculture locale, de partenariats militants et d'économie positive.

- *Promoteur*
d'un mode d'agriculture différent.
- *Initiateur*
d'un projet d'entreprise différente, associant dans sa gouvernance les producteurs, les magasins, les salariés et les consommateurs.
- *Un cahier des charges*
unique définissant par des actes les pratiques de l'ESS dans le réseau.



L'ENJEU EST DONC CLAIR : QUEL MODÈLE D'ENTREPRISE POUR ACCOMPAGNER *l'agriculture bio demain?*



Le copier/coller de la distribution conventionnelle - dont on connaît les excès et les conséquences sur le monde de l'agriculture - ou un autre modèle, acteur de l'économie sociale et solidaire, aux côtés des paysans ?

Nous sommes convaincus de la force du modèle Biocoop comme acteur de l'économie sociale et solidaire. Et nous sommes également convaincus que la convergence des acteurs de l'ESS permettra de défendre notre modèle alternatif. Le modèle de Biocoop est porteur de sens, il est un laboratoire de l'économie de demain. Dans un environnement de compétition, nous croyons à la coopération. **Pierrick De Ronne**



LE LOCAL C'EST BIEN MAIS NOUS ON VA PLUS LOIN

ON VA PLUS LOIN QUE JUSTE PROPOSER DES PRODUITS BIO.
ON LES PROPOSE À LA CANTINE DE L'ÉCOLE.
ON VA PLUS LOIN QUE JUSTE TRAVAILLER AVEC UN PRODUCTEUR LOCAL.
ON FINANCE SA CONVERSION À LA BIO.
ON VA PLUS LOIN QUE JUSTE OUVRIR UN MAGASIN.
ON CRÉE DU LIEN SOCIAL.

ÊTRE PLUS QU'UN MAGASIN BIO,

C'EST ÇA

LES
MISSIONS
PLUS QUE
LOCALES

biocoop
LA BIO NOUS RASSEMBLE

Découvrez les missions plus que locales sur biocoop.fr

CHEZ BIOCOOP L'ENGAGEMENT LOCAL NE SE COMPTE PAS QU'EN KM



Chez Biocoop, le local, ce n'est pas juste une question de kilomètres. Chaque magasin possède une aura locale qui rayonne sur des aspects économiques, sociaux, environnementaux et même humains de son territoire.

Les magasins sont investis d'une/de mission(s) plus que locale(s), et c'est que Biocoop souhaite valoriser auprès des consommateurs.

Plus de 600 magasins, c'est donc plus de 600 missions plus que locales à valoriser ! Sociétales. Économiques. Environnementales. **C'est ça, aller plus loin dans le local.**

UNE DEMANDE FORTE DES CONSOMMATEURS

Les consommateurs accordent de plus en plus d'importance à l'origine des produits consommés. C'est ce que révèle le Baromètre de la transition alimentaire 2019 - Sondage Opinion Way pour Max Havelaar France, paru en novembre dernier : **82% des Français consomment des produits Made in France au moins une fois par mois** (57% le font au moins une fois par semaine) et 76% consomment des produits de leur région au moins une fois par mois (44% au moins une fois par semaine). Par ailleurs, la première motivation citée pour expliquer une démarche de consommation alimentaire responsable est le soutien aux producteurs et aux agriculteurs afin de leur permettre de vivre de leur travail (59%).

Le local, c'est bien **MAIS BIOCOOP VA PLUS LOIN**



On va plus loin que
juste proposer
des produits bio.

On les propose
**À LA CANTINE
DE L'ÉCOLE.**

On va plus loin que juste
travailler avec
un producteur local.

On finance
**SA CONVERSION
À LA BIO.**

On va plus loin
que juste ouvrir
un magasin.

On crée
DU LIEN SOCIAL.

**Être plus qu'un magasin bio.
C'est ça les missions plus que locales.**



LE GESTE GAGNANT

Chez Biocoop, le geste gagnant
c'est la démarche zéro déchet.



LE GESTE GAGNANT POUR VOUS

Facilitez-vous **la vie zéro déchet** grâce aux solutions Biocoop : vrac, recharge, gamme de contenants réutilisables, produits durables...

Économique et écologique !



LE GESTE GAGNANT POUR LA PLANÈTE

Adoptez **le zéro déchet** pour réduire votre impact environnemental en évitant les produits suremballés ou à usage unique !



Le Zéro Déchet, c'est le geste gagnant à tous les coups.



Chez Biocoop, nous sommes convaincus qu'adopter une démarche zéro déchet est un geste gagnant à tous les coups... pour soi et pour la planète ! En tant qu'acteur engagé et militant, la coopérative entend faire bouger les lignes en aidant les Français à faire évoluer leurs modes de consommation en travaillant la réduction des déchets à la source. Nous proposons donc des solutions concrètes avec notre offre vrac et non emballée ou encore notre gamme de contenants "Ce qui dure".

Jeanne Mignon,
Chef de projet
Zéro Déchet
chez Biocoop



Le Geste Gagnant PAR BIOCOOP ?

1 Déclarer la guerre aux emballages

D'ici à 2025, le réseau Biocoop ambitionne de proposer **50 % de produits non emballés ou en emballages réutilisables**. Au menu : toujours plus de produits d'épicerie en vrac (riz, céréales, fruits secs, graines), des contenants réutilisables pour les céréales, les graines ou les produits à la coupe, des bidons rechargeables Biocoop pour la lessive et dès avril pour l'hygiène-corps (gel douche, shampoing etc). **À terme, l'enseigne souhaite voir revenir dans ses rayons une offre consignée pour réemploi.**

2 Rapporter ses récipients au rayon à la coupe

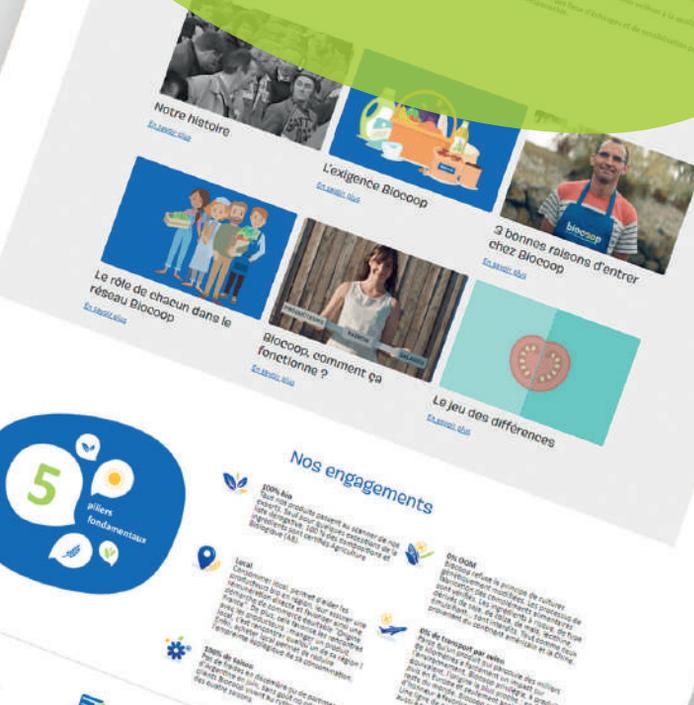
Certains produits, notamment au rayon frais, ne peuvent pas se vendre en vrac et nécessitent encore des emballages à usage unique. Il s'agit de **trouver les meilleures alternatives au plastique et d'éviter les fausses solutions**. Acheter à la coupe permet de consommer des produits frais, de qualité et de ne prendre que ce dont on a besoin ! Biocoop incite tout simplement les consommateurs à (re)venir avec leurs propres contenants.

3 Revenir à l'essentiel

Place aux produits bruts ! Le geste le plus simple pour réduire directement l'impact sur la planète et en même temps faire des économies ? Aucun doute : **le fait maison**. C'est pourquoi Biocoop, depuis plusieurs années, accompagne les consommateurs dans cette démarche en proposant sur son site un large éventail de recettes à faire soi-même à la fois économiques, ludiques et faciles à réaliser, qui vont dans le sens d'une réduction des déchets.



Biocoop SE LANCE à l'assaut du e-commerce



BIO.COOP, DU PHYSIQUE AU DIGITAL, LA PLATEFORME QUI UNIFIE

Bio.coop est bien plus qu'un service de click and collect. Attrayant, clair et intuitif, **il reflète l'ADN de Biocoop** tout en répondant aux attentes des consommateurs qui peuvent désormais **faire leurs courses plus rapidement sans concession sur la qualité** de leur panier.

BIO.COOP, c'est...

• Une offre 100% bio exigeante

Des produits frais et de saison, bien sûr... mais surtout une offre vrac différenciante du marché, le grand succès des premières semaines de test. Au total, **plus de 4 000 références** sont disponibles en ligne classées par catégorie (vrac, prix engagés, promotions...) et régime spécifique (sans gluten, végétarien, sans sel...).

• L'offre en ligne de bio.coop en perpétuelle évolution

Demain, l'offre de produits locaux, des fruits et légumes, et toujours une largeur d'offre de plus en plus étoffée. **Bio.coop** c'est un service évolutif qui ne cessera de répondre aux attentes des consommateurs en intégrant progressivement de nouvelles fonctionnalités.

Les magasins AU CŒUR DU DISPOSITIF

Bio.coop est né d'un **projet collaboratif** en réponse aux attentes des sociétaires qui souhaitent développer la vente en ligne. Les fonctionnalités ont été développées avec un nombre significatif de sociétaires et magasins volontaires, impliqués dès le début du projet.

Le click and collect en chiffres

 **4 000**
références

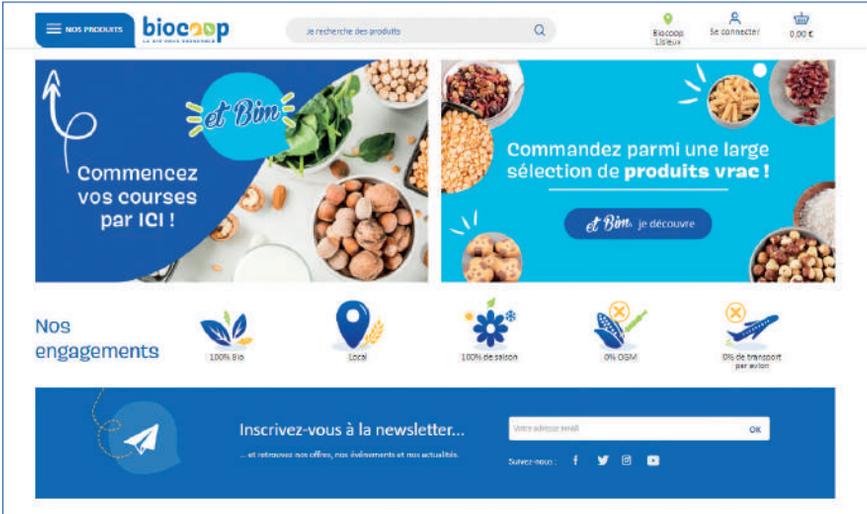
 Jusqu'à **150**
références de vrac

 **+ de 100**
magasins (juin 2020)
1/3
du réseau à fin 2020



Nous positionner sur le digital oui, mais tout en conservant les valeurs de marque qui font la force de Biocoop : accessibilité, exigence, proximité, conseils... La mise en place d'une activité e-commerce implique donc de nouveaux défis pour transposer sur le digital ce que Biocoop incarne en physique. Nous souhaitons offrir une expérience client fluide et cohérente, et communiquer sur notre ADN, notre singularité, ce qui nous rend différent.

Thomas Dromer,
responsable innovation Biocoop



The screenshot shows the Bio.coop website interface. At the top, there is a navigation bar with the Bio.coop logo, a search bar, and user account options. Below the navigation bar, there are two main promotional banners. The left banner features the text 'Commencez vos courses par ICI!' and 'et Bin'. The right banner features the text 'Commandez parmi une large sélection de produits vrac!' and 'et Bin, je découvre'. Below the banners, there is a section titled 'Nos engagements' with five icons representing: 100% Bio, Local, 100% de saison, 0% OGM, and 10% de transparent par action. At the bottom, there is a newsletter sign-up form with the text 'Inscrivez-vous à la newsletter...' and a field for the email address.

La nouvelle
marque
"Biocoop"

biocoop

Sortez vos tablettes !



Suggestion de présentation

70%
CHOCOLAT NOIR



La promesse DE BIOCOOP EST SIMPLE: PROPOSER DES PRODUITS QUI FACILITENT LA BIO AU QUOTIDIEN.

Reconnaissable grâce à sa couleur bleue, **la nouvelle marque Biocoop** remplace les produits "Ensemble" et les produits dits "génériques". **Désormais, les produits Biocoop sont signés... Biocoop.** Avec un ton décomplexé pour donner envie, ses produits sont la preuve des engagements de l'enseigne et le porte-étendard de ses valeurs.

Des produits bons au goût* et singuliers
grâce au respect des 5 critères suivants :

1

Une recette basée sur le cahier des charges exigeant de Biocoop, avec la volonté de limiter l'ultratransformation.

2

La priorité aux ingrédients issus du commerce équitable, qu'ils soient Nord-Sud ou origine France.

3

Un esprit coopératif en introduisant au maximum les matières premières issues de ses groupements de producteurs sociétaires.

4

Une transparence sur l'origine et le lieu de transformation, avec une cohérence de production et la relocalisation comme philosophie de travail.

Exemples : jus d'orange de Méditerranée (et non du Brésil), quinoa français (et non de Bolivie), chair de tomates issues de tomates de plein champ françaises.

5

Une amélioration continue sur l'écoconception des emballages

Exemples : la barquette des jambons tranchés est à 90 % issue de plastique recyclé et l'étiquette est en papier recyclé ; les bouchons plastique des briques de lait ont été supprimés pour réduire nos déchets plastiques d'environ 20 tonnes par an.



Bienvenue CHEZ BIOCOOP

Avec 450 références de produits packagés, auxquels s'ajoutent les références non emballées des rayons vrac, service arrière et fruits et légumes, les produits Biocoop couvrent une grande partie des rayons. Des nouveautés arriveront également au fil des prochains mois.

Sur leur emballage, le logo Biocoop, très visible, rappelle qui a conçu le produit. Une charte d'engagement explique au consommateur en quoi le produit répond aux valeurs de l'enseigne.

* Aujourd'hui, le goût est le 1^{er} critère de choix d'un achat bio
Source : Agence Bio 2019

Notre charte



Notre réseau de magasins Biocoop a pour objectif de :

**développer
l'agriculture
biologique**

*dans un esprit d'équité
& 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 magasins Biocoop sont

**des lieux d'échanges et de sensibilisation
pour une consommation responsable.**

biocoop
LA BIO NOUS RASSEMBLE



À PROPOS DE BIOCOOP

Leader de la distribution alimentaire biologique spécialisée en France depuis plus de 30 ans, Biocoop repose sur un réseau d'indépendants engagés – consommateurs, producteurs, salariés, commerçants –, tous décisionnaires, qui croient à l'intelligence collective pour produire et consommer autrement.

En 2019, ce modèle coopératif unique regroupe plus de 630 magasins (dont +70 ouverts en 2019) et 3 600 fermes partenaires.

Précurseur et moteur, Biocoop revendique "l'agriculture biologique pour tous" et inscrit sa démarche au cœur d'une charte appliquée par l'ensemble des acteurs du réseau. Biocoop comprend également 3 filiales : STB (Société de Transport Biocoop) ; Biocoop Restauration et DEFIBIO qui accompagne financièrement ses partenaires professionnels (producteurs, transformateurs, magasins).

Marie-ANTOINETTE
RELATIONS PUBLICS

CONTACTS PRESSE :
MARION REVAULT ET GIULIA MOLARI

Agence Marie-Antoinette
biocoop@marie-antoinette.fr
01 55 04 86 47