

La pomme se retrouve au cœur du duel entre le bio à tous crins et le local à tout prix. Un dilemme éthique pour le consommateur

● Il n'y aura bientôt plus de pommes bio suisses à cause du gel de 2017. Choix cornélien: faut-il privilégier le bio importé ou le local conventionnel, avec usage de pesticides?

IVAN RADJA
ivan.radja@lematindimanche.ch

D'ici à la fin du mois, 80% des pommes suisses issues de l'agriculture biologique auront été écoulées. La faute au gel d'avril 2017, qui a fusillé la culture fruitière. Les chiffres sont implacables: au 31 décembre, on comptait 1359 tonnes de pommes de table bio, contre 1679 tonnes à fin 2016. «Normalement, on arrive à fournir jusqu'à fin juillet, voire début août», constate Olivier Cordey, de Bio Fruits, qui regroupe sept producteurs à Vétroz (VS). Les stocks sont d'autant plus bas que 2016 était déjà une petite année pour le bio, à cause de «l'alternance». En clair, vu que 2015 était une excellente année (2919 t), l'année suivante les arbres se reposent et produisent moins. L'agriculture conventionnelle peut réguler ces variations de volumes grâce à des produits chimiques. Mais une exploitation biologique ne peut que sélectionner les fruits à la main, ce qui n'est pas aussi efficace. «En 2017, les consommateurs se sont rués sur les pommes suisses bio, car il y en avait eu moins l'année précédente, puis, comble de malheur, le gel du printemps a causé cette petite récolte», ajoute-t-il.

Empoisonnement du vivant

Dilemme pour le consommateur: vaut-il mieux se rabattre sur des fruits bio importés ou privilégier la production suisse, issue de l'agriculture conventionnelle? Pour Lucien Willemin, auteur du petit livre «Tu parles, Charles! - Manger local, c'est loin d'être idéal», le choix est clair: «Si l'on veut éviter l'empoisonnement du vivant, il s'agit de privilégier le bio, même s'il est importé. En Suisse, on se focalise tout de suite sur le CO₂ émis par le transport en camion, mais c'est oublier que la pomme conventionnelle suisse cultivée près de chez soi génère aussi des transports, pour les engrais et les pesticides de synthèse. Sans compter que la fabrication et l'épandage de cette chimie de synthèse consomment aussi de l'énergie grise.» Les pommes importées, bio ou non, proviennent essentiellement d'Italie, et majoritairement des pays limitrophes, ce qui limite le nombre de kilomètres. C'est le cas pour Coop et Migros, qui précisent qu'elles n'achètent pas à l'étranger tant que les

stocks suisses ne sont pas épuisés. La FRC conseille pour sa part «de se renseigner auprès des producteurs locaux et de ne pas hésiter à leur poser la question concernant les pesticides utilisés», rappelle la responsable alimentation, Barbara Pfenniger.

L'agriculture conventionnelle suisse répond aux «Prestations écologiques requises» (PER), qui exigent, entre autres, «l'utilisation ciblée» des produits phytosanitaires et «une part appropriée» de surfaces de promotion de la biodiversité (*dans les faits, seuls 7% des terres cultivées, ndr*). Sur les quelque 52 000 fermes que compte le pays, environ 35 000 observent ces recommandations, sans quoi il n'est pas possible de bénéficier des paiements directs. Un peu plus de 7000 sont bio, et 18 000 sont affiliées au label IP, créé en 1989. Celui-ci va encore plus loin que les normes PER, mais recourt toujours à la

chimie de synthèse, même si le glyphosate (Roundup) n'est autorisé que sur les graines, et non sur les plantes prêtes à être récoltées, contrairement à ce qui se passe dans l'Union européenne. Le label IP ne concerne en l'occurrence pas les pommes, excepté les fruits à cidre (Saint-Gall et Thurgovie).

La Suisse pense être bonne élève, et pourtant: en avril 2017, une étude de l'Office fédéral de l'environnement a détecté 128 substances dans les cultures de plein champ (fruits, légumes, vignes), soit 61 herbicides, 45 fongicides et 22 insecticides. Sur 80% des échantillons prélevés, les doses étaient 400 fois supérieures à l'exigence de qualité formulée dans l'ordonnance sur la protection des eaux.

Gérant IP pour la Suisse romande, Jacques Demierre en convient: «C'est en effet dramatique, il n'est pas normal que l'on trouve en Suisse des résidus d'une telle ampleur. Il faut

draît s'émanciper des pesticides qui mettent la nature en péril. L'agriculture doit opérer un virage.» Ce qui prendra encore une ou deux décennies. Pour une grande exploitation, passer en bio est compliqué. Comme le souligne Olivier Cordey, «de plus en plus de fermes deviennent bio, mais ce sont souvent de petites structures». Comme le bio nécessite beaucoup plus de travail manuel, il faudrait, sourit-il, «qu'une plus grande partie de la population active retourne aux champs, et non 2% comme c'est le cas».

Les tenants du bio achètent Bio Suisse, le label au bourgeon. «Mais, si on veut consommer de l'importation, il vaut mieux choisir les produits ornés du bourgeon européen, car ils viennent de nos 1800 fermes partenaires dans les pays limitrophes, avec les mêmes critères», conseille Pascal Olivier, de Bio Suisse. Notons que, pour les pommes, un label bio européen est fiable. La différence entre les exigences bio de la Suisse et de l'UE est surtout sensible dans les produits transformés. La frontière entre les deux «camps» n'est pas si claire. Olivier Cordey, producteur bio, se rabattrait, quant à lui, sur des pommes suisses conventionnelles «pour privilégier le commerce de proximité».

Différence de prix

Reste la question du prix. Le bio, compte tenu d'un plus faible rendement par surface et de coûts de production plus élevés, est facturé en moyenne 30% plus cher au client final. Mais cette différence, structurelle, que personne ne conteste, est encore augmentée par la marge que s'octroient les distributeurs. «Ce qui est dommage, c'est que leur marge est au pourcentage, et non en valeur absolue», regrette Pascal Olivier. À titre d'exemple (fictif), si la marge est de 50%, le kilo conventionnel payé au producteur 2 fr. 50 sera facturé 3 fr. 75 au client, et le kilo de bio payé 4 fr. sera vendu 6 fr. le kilo. «Si la marge était fixée à, disons 50 ct., le différentiel final serait moindre», insiste Pascal Olivier. Migros ne commente pas ses marges. Coop non plus, mais elle précise qu'elle ne gagne «pas plus avec des produits biologiques qu'avec des produits conventionnels». La FRC observe que «chaque maillon de la chaîne perçoit une marge, du transport au distributeur en passant par le grossiste et le stockage. «Mais la part de ces marges dans la constitution du prix final n'est pas transparente», pointe Barbara Pfenniger.

Conférences sur le thème «Pourquoi manger local est loin d'être idéal», le 22 mars à Yverdon (Espace Jeunes, quai de la Thielle 2, 20 h), et le 25 mars à Lausanne (Palais de Beaulieu, 15 h 30).



«Il faudrait s'émanciper des pesticides qui mettent la nature en péril. L'agriculture doit opérer un virage»

Jacques Demierre, gérant du label IP Suisse

La pub par téléphone continue malgré les engagements

● Swisscom et Net+ filtrent la plupart des appels indésirables. Les autres opérateurs tardent à agir, ce que déplore la Fédération romande des consommateurs.

SEVAN PEARSON

Qui n'a pas été importuné par de la publicité par téléphone? Elle relève parfois d'un véritable harcèlement, lorsque le natel sonne plusieurs fois par jour, voire par heure. La Fédération romande des consommateurs (FRC) et ses consœurs alémanique et tessinoise confirment: près de 20% de toutes

les plaintes reçues concernent ce genre d'appels.

Mais les choses pourraient changer. Lundi et mardi, la Commission des transports et des télécommunications du Conseil national se penche sur la question. En jeu? Une nouvelle loi qui prévoit notamment de «protéger les utilisateurs des services de télécommunication contre la publicité déloyale et les services à valeur ajoutée abusifs».

Des engagements non tenus

Vu le ras-le-bol de la population face aux appels indésirables, la FRC et ses partenaires alémanique et tessinois ont organisé une table ronde en mai 2016 déjà. Swisscom, Sunrise et UPC s'étaient alors engagés à mettre en place des filtres téléphoniques.

Alors que le géant bleu a pris des mesures, la FRC ne cache pas sa déception concernant les autres opérateurs. «Après bientôt deux ans, l'on constate que seul Swisscom a tenu sa promesse. Aucune avancée n'a été constatée ni chez Sunrise ni chez UPC qui s'étaient engagés à agir dans les douze mois, ni chez Salt, qui avait participé aux négociations. Et ce, alors même que des solutions existent, puisqu'un petit opérateur comme Net+ a mis en place un filtre depuis des années», constate Robin Eymann, responsable de la politique économique à la FRC.

«Nous étudions les options et n'avons pas encore de solution praticable», se défend UPC. «Nous avons des contraintes qui nous sont propres. Dans tous les



UPC, Sunrise et Salt n'ont pas encore pris de dispositions pour filtrer la pub par téléphone. Ces opérateurs attendent une norme légale pour agir. DR

cas, si la nouvelle loi était adoptée, filtrer les appels indésirables deviendrait alors une obligation légale.» Même son de cloche chez Sunrise: «Nous évaluons les solutions possibles. La mise en place d'un filtre dépend avant tout du projet de loi qui doit encore être voté par le Parlement et des dispositions d'application du Conseil fédéral.» Salt est sur la même longueur d'onde et attend des précisions quant à la nouvelle loi. En résumé: ces trois entreprises n'agiront pas avant toute modification législative. Vu la longueur du processus législatif, la fin de la publicité par téléphone pour les clients de ces opérateurs n'est donc pas pour demain.

Swisscom a au contraire pris les devants. Depuis fin 2017, il a mis en place un filtre qui «fonc-

tionne comme une liste noire dynamique basée sur des bases de données mises à jour chaque minute», indique Lauranne Peman, porte-parole.

La palme revient à Net+

Mais le géant bleu n'est pas pionnier en la matière. La palme revient à Net+ qui a introduit un filtre contre les appels indésirables fin 2014 déjà. «Nous avons choisi la solution de filtrage Katia, produit par une entreprise basée à Martigny (VS)», explique Olivier Crettenand, head of telecom Netplus.ch SA.

Au dire de l'opérateur, le système semble efficace, puisqu'en février 2018 75% de tous les appels sont filtrés par l'appareil, ce qui réduit drastiquement la publicité non désirée.

