



Ce caddie du futur devrait permettre de voir d'où provient la marchandise, au moment même de l'achat.

Un visage, une histoire derrière chaque produit

En saisissant un numéro sur le site <http://www.bio-mit-gesicht.de>, les consommateurs peuvent savoir d'où provient un produit bio et comment il a été obtenu et transformé. L'idée est née d'un projet de recherche.

Bio mit Gesicht GmbH, la société qui exploite la plate-forme Internet, est issue de deux projets de recherche réalisés dans le cadre du programme fédéral d'agriculture biologique (Bundesprogramms ökologischer Landbau, BÖL). Ces projets ont été le point de départ d'un travail sur la traçabilité couvrant l'ensemble des étapes et intégrant des données sur le contenu des produits et les techniques utilisées. Ils ont débouché sur le concept de données de traçabilité permettant la communication d'informations au consommateur via Internet.

Déjà plus de 800 exploitations membres du réseau

À l'aide du numéro Bio-mit-Gesicht indiqué sur les étiquettes des aliments, il est possible de visiter en ligne l'exploitation dont ils proviennent: il suffit de saisir le numéro sur la page d'accueil du site www.bio-mit-gesicht.de et l'internaute est renvoyé vers la page présentant l'exploitation concernée. La page s'ouvre sur une photo de la famille de l'exploitant, parfois au grand complet, des petits-enfants aux grands-parents. Ces portraits montrent le visage humain des exploitations agricoles et des entreprises de transformation.

Vous ferez, par exemple, connaissance avec Martin Hahn. Sa ferme est située à Helchenhof, dans le district d'Überlingen-Bonndorf, à proximité du lac de Constance. «Montre-moi ton réfrigérateur et je te dirai qui tu es», déclare cet écologiste inspiré. Il est convaincu que «par une alimentation responsable, chacun peut faire quelque chose pour lutter contre le réchauffement climatique». Non seulement le site vous plonge dans l'atmosphère de l'exploitation et fournit des données sur celle-ci, mais il renseigne aussi sur l'agriculture biologique, sur les produits et propose des recettes. Actuellement, plus de 800 exploitations sont membres du réseau Bio mit Gesicht.

Des recherches du FiBL menées en parallèle montrent que Bio mit Gesicht jouit d'une image positive et est bien connu du public. «Le système intéresse surtout les consommateurs qui achètent beaucoup d'aliments bio dans des magasins de détail, qui ont déjà une connaissance de base de l'agriculture biologique et veulent en savoir plus» résume Hanna Stolz du FiBL-Suisse. Près de 50% des personnes interrogées connaissant Bio

mit Gesicht indiquent que la plate-forme Internet a contribué à renforcer leur confiance dans les produits bio.

Perspectives d'avenir

Qu'est-ce que l'avenir nous réserve? «Les consommateurs pourront s'informer directement sur l'origine des produits qu'ils achètent grâce à un écran sur leur caddie ou avec leur téléphone portable» déclare Frank Wörner du FiBL-Allemagne, qui est également le directeur de Bio mit Gesicht GmbH.

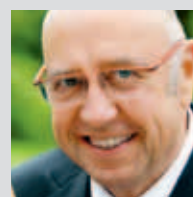
De cette manière, en plus des données relatives au produit, il sera possible d'obtenir des informations spécifiques sur son empreinte carbone et sa contribution à la protection des eaux, sur les activités sociales du producteur ou son engagement en faveur de la biodiversité. On peut également faire une visite virtuelle de l'exploitation en temps réel et on trouvera en outre des suggestions pour le repas du soir et des conseils pour les vins. *mm*

Contact: frank.woerner@fiibl.org

«Je connais presque toutes les personnes qui livrent les produits de notre marque «VonHier». Avec le numéro Bio-mit-Gesicht figurant sur nos produits «VonHier», d'un clic de souris, nos clients peuvent également connaître les paysans et les paysannes.»



Hannes Feneberg,
Feneberg Lebensmittel GmbH



«En tant que membre du directoire du FiBL, je me réjouis que la recherche soit si proche de la pratique et qu'elle porte immédiatement ses fruits dans la pratique.»

Wolfgang Gutberlet, directoire du FiBL-Allemagne (FiBL Deutschland e.V.),
Altvorstand tegut... Gutberlet Stiftung & Co.