

KIT DU BÉNÉVOLE

Nom de l'association : Bio Consom'acteurs

Adresse : 10 rue Beaumarchais 93100 Montreuil

Téléphone : 09.83.22.55.00

Mail : contact@bioconsomacteurs.org

Métro : Croix de Chavaux / ligne 9

Horaires d'ouverture : du lundi au vendredi de 9h30 à 18h



SOMMAIRE

Nous avons tenté à travers ce kit de répertorier ce qui nous semble nécessaire à connaître ~~sur nous~~, il vous permet de prendre connaissance des outils, projets, campagnes et grands sujets de l'association. Une bonne base pour commencer comme bénévole ou relais local !

Table des matières

Table des matières	2
BIO CONSOM'ACTEURS	3
Qui sommes-nous ?	3
Qui est derrière Bio Consom'acteurs ?	3
Les projets	4-5
NOS OUTILS	6
Les outils pédagogiques	6
Les outils de communication	7
ÊTRE BÉNÉVOLE	8
Comment devenir bénévole ?	8
Qu'est-ce qu'être bénévole pour Bio Consom'acteurs ?	8
ÊTRE RELAIS LOCAL	9
Devenir relais local	9
Le rôle du relais local	9
Visibilité sur le site internet	9
ORGANISER UN ÉVÈNEMENT	10
Plusieurs possibilités	10
Comment ?	11

Nous te remercions d'avance pour ton implication au sein du réseau et restons à ta disposition. Bonne lecture!

Qui sommes-nous?

Bio Consom'acteurs est une association à but non lucratif et d'utilité sociale qui œuvre pour la protection de la nature, l'amélioration du cadre de vie, la protection de l'eau, de l'air, des sols, des sites et des paysages et lutte contre les pollutions et les nuisances.

Notre mission

Sensibiliser les consommateurs.trices sur l'importance de leur choix de consommation pour une alimentation bio, locale et équitable. L'objectif ? Accompagner la transition des modes de consommation vers des alternatives responsables et solidaires.

Qui est derrière Bio Consom'acteurs ?

L'équipe permanente

L'équipe permanente de Bio Consom'acteurs au siège à Montreuil se compose de deux salariéEs et de deux volontaires en service civique.

Actuellement, les deux salariées sont Julie Potier, la directrice, et Julien Lucy.

Le conseil d'administration et la gouvernance

Le conseil d'administration se compose de huit bénévoles, et se réunit 3 à 4 fois par an. Une fois par an a lieu l'assemblée générale, vers le mois de mai. La présidente de ce CA est actuellement Carole Piette.

Les bénévoles

C'est vous ! Vous faites partie intégrante de Bio Consom'acteurs. Ce kit est fait pour vous, pour que vous vous appropriiez les messages, les actions, les ateliers et les outils de l'association.

Les relais locaux

Ce sont des bénévoles de plusieurs régions de France constitués en association, groupe local ou correspondant local. Leur mission est de relayer et de porter en région, sur le terrain, les actions de Bio Consom'acteurs ainsi que de faire remonter les leurs en tant qu'acteurs de la transition ! Pour l'instant nous avons des relais locaux dans les départements suivants : Puy-de-Dôme, Ille-et-Vilaine, Loir-et-Cher, Indre-et-Loire, Moselle, Hauts-de-Seine, Manche, Eure, Dordogne, Tarn-et-Garonne, Maine-et-Loire, Var, Loire-Atlantique et Finistère.

Les projets en cours

Nos cantines engagées pour le climat

Bio Consom'acteurs est partenaire du bureau d'étude Eco2 Initiative sur le projet [« Nos cantines engagées pour le climat »](#) qui a démarré en Novembre 2018. Ce projet, co-financé par l'ADEME, vise à réduire l'impact carbone des repas dans les cantines scolaires en adaptant les menus, tout en formant les personnels de cuisine, sans oublier l'accompagnement du changement auprès des animateurs.trices, professeurs et enfants.

Nous intervenons dans des écoles et des centres de loisirs pour sensibiliser les enfants à l'importance d'une alimentation saine, équilibrée et locale. En découvrant les activités de notre outil pédagogique [Ludobio](#), les enfants prennent conscience des bienfaits d'une alimentation responsable sur leur santé, et celle de la planète, tout en s'amusant et en coopérant.

Fair future – « Panique à la TransiSchool »

Porteur de projet : 9 organisations et un laboratoire de recherche, réunies en consortium.

L'objectif est de structurer, soutenir et déployer l'éducation au commerce équitable (ECE) en France pour contribuer à la réalisation des Objectifs de Développement Durable. Le projet est à destination des moins de 30 ans, et Bio Consom'acteurs y est impliqué en binôme avec la Fédération Artisans du Monde, par la création d'un outil pédagogique à destination des enfants de 11 à 15 ans.

L'outil s'appelle « Panique à la TransiSchool ! » et aborde les enjeux croisés de la bio et du commerce équitable. Il présente un formidable potentiel d'éducation, de sensibilisation et d'impulsion au changement auprès des jeunes.

« Panique à la TransiSchool ! » s'adresse aux 11-15 ans et prend la forme d'un jeu d'enquêtes, avec des énigmes à résoudre, au travers de 5 chemins à suivre par équipe, au sein de l'internat du collège de la TransiSchool :

« Dans ce collège de la TransiSchool, élèves et équipe éducative sont engagés pour un monde plus solidaire et plus écologique. Malheureusement, un soir, 5 jeunes individus sont venus semer la pagaille... Il va falloir les démasquer et les convaincre de l'urgence de passer à l'action ! »

La campagne L'Addition

L'ADDITION est une campagne de mobilisation qui vise à inciter, accompagner et valoriser les lieux (bars, cafés, restaurants, coworkings, clubs) et les consommateurs.trices qui s'engagent à adopter et développer des pratiques de consommation respectueuses des hommes, des femmes et de la planète, à travers les 4 alternatives les plus répandues : l'équitable, le bio, le local et le zéro déchet. [Pour en savoir plus.](#)

La diffusion du livret « La Bio en Questions »

La nouvelle version mise à jour contient 20 bonnes raisons de devenir bio consomm'acteur. Découvrez des éléments de réponses aux questions que l'on se pose souvent sur la bio. Véritable outil de sensibilisation et d'accompagnement au changement, ce livret apporte des informations aux citoyen.ne.s qui souhaitent agir au travers de leurs choix de consommation. [Consultable ici](#) ou [directement dans le kit bénévole](#).

La création et la diffusion d'un guide des différents labels bio, équitables etc. « La Boussole des labels »

Pour aider les consomm'acteurs.trices à faire leurs choix de consommation au sein de la multitudes de marques et labels qui l'entoure, nous co-créons un guide des labels avec Fair[e] un monde équitable et ActionAid.

Autres projets portés par l'association :

Campagne zéro Phyto 100% bio

Site internet : [cliquez ici](#) :

La campagne vise à recenser, encourager et valoriser les bonnes pratiques des communes.

Documentaire Zéro Phyto 100%bio

À la suite de la campagne éponyme, l'idée d'un documentaire de cinéma a été proposée par le réalisateur Guillaume Bodin aux 3 associations partenaires. Sa sortie s'est faite le 31 janvier 2018. Un dossier pédagogique est disponible en ligne pour accompagner les projections-débat : à retrouver [en cliquant ici](#) !

Programme de recherche Bionutrinet

Site internet : [cliquez ici](#) !

Parution de webBD « *Qui sont les mangeurs bio* », épisode 1 en décembre 2016 et l'épisode 2 en avril 2019. Bionutrinet est une étude scientifique qui vise à mieux comprendre qui sont les consommateurs de produits bio et les liens entre la consommation d'aliments bio et la santé.

La bio pour tous

Le projet "La bio pour tous" de l'association Bio Consom'acteurs vise à lutter contre le gaspillage alimentaire et à favoriser l'accès de produits bio aux personnes en situation de précarité. [Pour en savoir plus](#)

NOS OUTILS

Les outils pédagogiques

Le jeu « Ludobio »

Site internet : ludobio.fr

Tarif 49€ + frais de port (réduction de 50% pour les relais locaux de l'association)

Le jeu Ludobio se compose de cinq activités permettant de découvrir dès l'âge de 6 ans, les spécificités de l'agriculture et de l'alimentation biologiques, tout en abordant les questions de bien-être animal, de saisonnalité, et de biodiversité.

Le Livret « La bio en Questions »

Disponible en PDF sur [le site web de l'association](#).

Pour avoir le format papier, seuls les frais d'envoi sont payants.

Le livret « La bio en Questions – 20 bonnes raisons de devenir bio consom'acteurs » présente les raisons du choix d'une alimentation biologique équilibrée.

Si vous voulez en commander, c'est totalement possible c'est [par ici](#).

Affiche « La ferme bio »

Disponible en affiche A1 (Format paysage) et en téléchargement sur [le site web de l'association](#). Cette affiche est un jeu des 7 différences entre une ferme dite conventionnelle et une ferme biologique.

Affiche « Devenir bio consom'acteur »

Disponible en affiche A1 et en téléchargement sur [le site web de l'association](#). Format portrait 60x80cm. L'affiche résume 7 gestes simples pour changer le monde.

Calendrier : Faire ses courses avec les saisons

Disponible en affiche A1 (Format paysage 80 x 60 cm), et au format A4, ainsi qu'en téléchargement sur [le site web de l'association](#).

Web BD « Qui sont les mangeurs bio ? »

Les deux épisodes de la Web-BD sont disponibles uniquement en téléchargement sur [le site de l'association](#).

NOS OUTILS

Les outils de communication

Outils web

- Site internet de Bio Consom'acteurs : www.bioconsomacteurs.org
- Page Facebook : www.facebook.com/bioconsomacteurs
- Compte Twitter : twitter.com/bioconsomacteur
- Compte Instagram : www.instagram.com/bioconsomacteurs/?hl=fr

- Newsletter mensuelle
- Compte LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/bio-consom%27acteurs--ile-de-france>

Badges

Disponible au local de l'association ou sur stand. Tarif 1 euros.

Flyers « Je soutiens »

Disponible en format A5 au local ou sur stand.

Flyers permettant d'avoir des informations sur les adhérents ou les donateurs.

Flyers « Ludobio »

Disponible en format A5 au local ou sur stand.

Flyers de communication sur la mallette de jeu Ludobio.

Cartes Postales « Il y a d'autres moyens pour se protéger des pesticides »

Disponible en format A6 au local ou sur stand.

Cartes postales humoristiques contre les pesticides. Il en existe trois types différents.

Tous ces outils sont à ta disposition. Contacte-nous avant un événement.

Nous tiendrons à ta disposition le matériel nécessaire (flyers, affiches, feuille d'inscription à la Newsletter...)

De nouveaux outils seront bientôt disponibles : le jeu « Panique à la TransiSchool », le livret « La Boussole des labels »...

ÊTRE BÉNÉVOLE

Comment devenir bénévole ?

Rien de plus simple ! Envoyez-nous un message à [mobilisation\(at\)bioconsomacteurs.org](mailto:mobilisation@bioconsomacteurs.org) avec

- Nom et prénom
- Adresse postale et Ville
- Adresse e-mail
- Numéro de téléphone
- Disponibilités (semaine/soirées/week-end...)
- Et les domaines ou les missions qui vous intéressent

Qu'est-ce qu'être bénévole pour Bio Consom'acteurs ?

« *Le bénévolat est la situation dans laquelle une personne apporte temps et compétences à titre gratuit pour une personne ou un organisme.* » - associations.gouv.fr

Pour Bio Consom'acteurs, tout bénévole est un membre de l'association qui peut aider l'équipe sur beaucoup de missions différentes :

- **Rédiger des articles** concernant l'alimentation durable, locale et équitable pour le site ou pour la Newsletter. Vous pouvez nous proposer vos articles, ou nous vous suggérons des sujets après chaque comité de rédaction. Pour cela, nous avons créé un document partagé. Mission réalisable en télétravail.
- **Communiquer sur l'association et sur la transition à la consommation responsable** en partageant les événements et les articles de Bio Consom'acteurs, en distribuant le livret « La bio en Questions » et en parlant de nos actions tout simplement.
- **Venir nous aider sur les stands** lors de festivals, de salons, d'événements... Avec de la bonne humeur et pleins de nouvelles rencontres, c'est toujours un bon moment à passer.
- **Organiser et Animer des ateliers ou des événements.** Les dernières pages de ce kit sont là pour vous épauler dans l'organisation d'un événement.

Cependant, si vous avez des compétences particulières à nous proposer ou si vous avez une idée en tête, un projet à nous soumettre, nous serons ravis d'accueillir vos propositions.

ÊTRE RELAIS LOCAL

Devenir relais local

Toute personne physique ou morale à but non lucratif qui le souhaite peut devenir correspondant local de l'association Bio Consom'acteurs.

Pour ça, il faut :

- En faire la demande à l'adresse : [contact\(at\)bioconsomacteurs.org](mailto:contact(at)bioconsomacteurs.org)
- Adhérer à l'association, à titre individuel (12 euros/an) ou au titre d'une organisation (50 euros/an)
- Signer la convention qui vous sera envoyée.

Le rôle du relais local

Être le relais local de l'association Bio Consom'acteurs, c'est :

- **Être son correspondant local** en particulier dans sa communication, de ses campagnes et de ses actions...
- **Faire connaître l'association** auprès du public et surtout auprès des consommateurs bio.
- **Diffuser les outils** d'information et d'action proposés par Bio Consom'acteurs.
- **Animer la page web dédiée à chaque relais local** sur le site de l'association
- **Mettre en œuvre** d'un commun accord **toute autres actions** en rapport avec les valeurs de l'association
- Faire **remonter les actions de terrain** menées par l'association locale ou le correspondant en tant qu'acteur de la transition

Visibilité sur le site internet

Chaque relais local peut, s'il le souhaite, disposer d'une page dédiée sur le site internet pour se faire connaître. Cela permet de cartographier l'ensemble des relais locaux, et de donner des nouvelles des actions menées, et de pouvoir être identifié et contacter au niveau local.

A savoir :

- Pour administrer votre page web locale, vous disposerez d'un **code d'accès et mot de passe**
- Les frais nécessaires à la mise en œuvre d'actions pourront faire l'objet de remboursements après accord préalable écrit du président ou du trésorier et uniquement sur présentation des justificatifs.
- Il est nécessaire d'informer en amont l'association nationale de toute action de communication au nom de Bio consom'acteurs, notamment lors de participation ou d'organisations de manifestations réalisées au niveau local au nom de l'association

ORGANISER UN ÉVÉNEMENT

Plusieurs possibilités :

Animation Ludobio

Tant que **tu as un table et l'autorisation**, tu peux jouer partout, dans une école, dans un marché, dans un festival, dans un magasin...

Il est préférable que tu connaisses bien le jeu avant de le présenter. Pour cela, il y a **le site internet** du jeu et **le guide pédagogique** de la mallette Ludobio.

Stand d'informations

Le but de cet événement est de faire réfléchir le public sur **les attitudes de consommation**, de répondre à des questions sur **l'agriculture biologique** et de débattre sur **l'alimentation biologique, locale et équitable**.

Pour ça, sois reconnaissable et **démarque-toi** avec une activité ludique comme le jeu Ludobio ou une dégustation de produits bio. Et **n'oublie pas de sourire et de t'amuser**, le public le ressentira.

Ciné-débat

Le mieux c'est de faire le ciné-débat dans **une salle avec un public fidèle**, dans un cinéma militant ou indépendant. Assure-toi de bien avoir les **autorisations nécessaires pour la projection du film**. Le débat ne doit pas dépasser **40-50 minutes** suite au film. Tu peux encadrer toi-même le débat ou demander à un.e journaliste ou un.e expert.e de venir pour l'animer.

La projection d'un film est souvent payante alors pense à prévoir une boîte à don ou des entrées payantes ou des plats faits maisons.

Conférence

Un lieu disposant d'un public habitué, **un sujet** accrocheur et intéressant et **un.e intervenant.e** validé.e en amont par l'association, c'est tout ce dont tu as besoin pour faire une conférence.

Repas anti-gaspi

Le but de ces repas, c'est de montrer que l'on peut cuisiner avec des invendus. Généralement, ils se réalisent en partenariat avec des magasins bio comme Biocoop qui connaissent déjà bien ces événements. Pour en savoir plus, tu peux aller voir [le guide de Toolkit](#) ou [la page « Organiser un événement autour de la récup' alimentaire »](#) d'animafac.

Selon l'ampleur de ton événement et les quantités dont tu auras besoin, fais appel à un deux, voire même trois magasins bio afin de récupérer leurs invendus.

BIO CONSUMACTEURS

(Il se peut que certains magasins te donnent des petites quantités, c'est plutôt bon signe, cela veut dire qu'ils gaspillent moins !!)

Quand on s'adresse à un magasin bio :

→ Prends-y toi au moins 2 semaines à l'avance, relance le magasin une fois par semaine et reconfirme bien le rendez-vous la veille.

Il peut y avoir un manque de communication en interne, cela nous est déjà arrivé !

De ce fait, l'idéal est de se déplacer directement dans les magasins. Si tu ne peux pas, téléphone.

→ Demander aux personnes dans le magasin s'ils ont déjà donné des invendus et leur demander s'ils connaissent le principe de la disco soupe dans la foulée. S'ils connaissent déjà le principe, tant mieux pour toi, ça te facilitera la tâche ! Si non, présente et explique le principe de façon simple.

→ Si lors de ta démarche tu es directement allé(e) dans le magasin, demande leur si tu peux afficher des flyers de l'événement dans leurs locaux pour faire connaître ce principe. Et sait-on jamais, peut-être même qu'eux auront l'envie d'être à nos côtés le jour J !

→ Demander la possibilité d'un partenariat avec le magasin pour avoir les assaisonnements gratuitement ou moitié prix.

→ Demander la possibilité de venir chercher les fruits et légumes le jour J pour éviter de chercher un local de stockage frais.

Si vous avez d'autres idées d'événements, à vos suggestions !

ORGANISER UN ÉVÉNEMENT

Comment ?

Les participants

Est-ce que tu organises l'événement ou est-ce que tu participes à un événement existant ?

Se mettre d'accord avec les partenaires locaux dès le début sur l'engagement de chacun afin d'éviter les malentendus et quiproquos. Participer à un événement déjà créé a beaucoup d'avantages. En l'occurrence moins de questions liées à la sécurité, l'affluence, la communication, le matériel, les supports...

Combien devons-nous être pour mener à bien le projet ?

Y-a-t-il suffisamment de bénévoles ? Qui est disponible pour m'aider ?

Le but

Il faut **adapter** ton événement en fonction de **ton objectif** (simple partage d'informations, créer du lien, sensibilisation par apport à un sujet, signer une pétition, diffusion d'outils pédagogiques, tout cela en même temps) et du **public visé** (Age, milieu social, degré de sensibilité à la cause environnemental...).

Le lieu

- Intérieur ou extérieur ? Garde en tête les normes de sécurité.
- Faut-il des autorisations ? À la mairie, préfecture ?
- Y-a-t-il déjà du matériel à ma disposition sur le lieu ? Dois-je amener du matériel ?
- Ai-je besoin de financement ? Subventions, fonds de l'association, participation du public ?

Communication de l'événement

Avec un visuel : sous forme d'affiches et/ou de flyers sur lesquels seront regroupés les informations principales. Si besoin, nous avons des logiciels créatifs. Donc n'hésite pas à nous solliciter !

Sur le web : envoie-nous ton événement qu'on puisse le publier dans l'agenda de notre site internet pour que les visiteurs du site en soient informés.

Quoi qu'il arrive, nous sommes là pour t'aider à chaque étape!

Pour vous aider à organiser vos événements et à communiquer autour, nous organisons des formations internes, pour avoir les dates, n'hésitez pas à prendre contact avec nous.

AU PRÉALABLE

→ Prévoir un certain temps d'installation

→ Prévoir les rôles de chacun

- Anticiper les questions éventuelles (page 27)
- Photocopier assez de feuilles d'inscription à la newsletter (page 33)

LE JOUR J

- Faire des photos
- Installer une boîte à dons

KEEP CALM !

- Imprévu ?
- Manque de matériel ?
- De bénévoles ?
- Pas assez de supports ?

Ne panique pas ! Ça arrive et ça te servira pour le prochain événement !!

QUAND L'ACTION EST FINIE

- Le rangement : moment moins fun mais indispensable.
- Répartissez les tâches tous ensemble : qui fait quoi ? Qui emmène quoi ?
- Gardez le contact : entre vous, entre nous, avec les nouveaux adhérents.
- Δ Attention Δ N'oubliez pas de demander les adresses mails de chacun !
- Rentrez chez vous heureux ☺

LE LENDEMAIN : LE BILAN

- Combien étiez-vous ?
- Quelles sont les appréciations du public ?
- Quelles sont les forces et les faiblesses de l'action ?
- Faire et envoyer un mail de remerciements aux bénévoles, intervenants, organisateurs et partenaires.
- Nous faire parvenir la liste de mails des personnes intéressées de s'inscrire à la newsletter.
- Rédiger un rapide compte-rendu et nous l'envoyer par mail à cette adresse mobilisation@bioconsomacteurs.org (n'oublie pas de mettre une photo !!).

QUESTIONS COURANTES / RÉPONSES DE L'ASSOCIATION

Voici quelques questions fréquentes ainsi que des pistes de réponses afin de ne pas perdre le pied.

● **J'aimerais consommer des produits bio, comment faire ?**

Plusieurs réponses sont possibles. Tout d'abord, détermine la dynamique de consommation de la personne qui te pose la question.

Conseille d'abord les AMAPs, les marchés bio et les magasins de producteurs, qui constituent les meilleurs circuits pour rémunérer les agriculteurs.

Ensuite, tu peux conseiller les magasins spécialisés parce que c'est là qu'on trouve l'assortiment le plus large, les conseils les plus avisés et le plus grand nombre de produits en vrac !

● **Oui. Mais les produits bio sont chers !!** ●

Les prix des produits bios jouent davantage la transparence économique.

En général, leurs prix sont plus élevés que leurs « équivalents » conventionnels (en moyenne de 20 à 50 % de plus), de multiples facteurs économiques, écologiques et sociaux l'expliquent :

→ Faibles volumes commercialisés / dispersion des fermes sur tout le territoire /rémunération plus juste des producteurs /besoin supérieur de main-d'œuvre / coût des contrôles et des analyses

→ Marges plus importantes pratiquées par les magasins

→ les produits non bio sont artificiellement peu chers, ils ne permettent ni une juste rémunération des producteurs ni n'incluent les coûts environnementaux et sanitaires du produits. Si ces coûts étaient pris en compte, les prix seraient bien plus élevés que les pour les produits biologiques.

→ A budget hebdomadaire égal mais à consommation différente (moins de viande, moins de produits transformés, plus de produits frais, de légumes, de légumineuses), acheter bio ne revient pas à plus cher. Plus le nombre intermédiaires sera important, plus le prix sera élevé. Plus les produits seront achetés en vrac, plus l'économie sera forte.

Choisir la bio n'est pas forcément dépenser plus. Les protéines végétales sont beaucoup plus abordables que les protéines animales. Leurs apports se réfléchissent et s'organisent autour d'autres apports de nutriments. Consommer bio, c'est également consommer moins car les aliments bio sont plus denses en nutriments (arômes et saveurs plus rassasiant(e)s).

Ils sont même moins chers lorsqu'on les achète en vrac, en circuit court et tout simplement en les cuisinant soi-même !

● **La bio c'est un truc de bobo !** ●

L'agriculture bio est avant tout une méthode de production respectueuse de l'environnement et des valeurs humanistes.

Elle n'a pas de vocation à être réservée à une catégorie sociale, mais à nourrir le monde !

Manger bio c'est protéger sa santé et celles de nos enfants. C'est une forme de résistance, un acte citoyen.

Le prix de la bio aujourd'hui s'explique en outre par la marge plus importante pratiquée par les grandes surfaces vis à vis d'un prix déjà un peu plus juste pour le producteur et non subventionné et artificiellement bas.

● **Quelles sont les différences entre « agriculture bio », « durable » et « raisonnée » ?** ●

→ Agriculture bio : elle répond aux cahiers des charges européens de l'agriculture bio.

→ Agriculture durable : elle est basée sur le principe du développement durable qui est de réussir à faire interagir économie, social et protection de la planète. Elle n'a cependant pas de cahier des charges ni exigences de résultats vérifiables

→ Agriculture raisonnée : -C'est un terme inventé par Monsanto qui joue sur le lien fait avec « raisonnable » par le consommateur. Il n'en est rien, l'agriculture raisonnée n'en a que le nom.

● **Je préfère manger local que bio** ●

Il est certain que consommer local est bénéfique pour le développement économique de notre région et acheter des produits locaux peut donner l'impression de manger plus sainement. Mais malheureusement-cela n'est qu'une impression ! « Local » et « qualité » n'ont aucune relation. On peut manger un produit de qualité venant de loin et un produit dangereux produit par son voisin.

Acheter et manger local a du sens seulement que si on connaît les méthodes de travail du producteur.

Consommer bio et local reste le mélange idéal ! Sans oublier de consommer les produits de saison aussi !

Une tomate bio du Maroc aura un bilan carbone moins élevé qu'une tomate non bio de mon département. Un produit bio même venant d'un autre continent aura le plus souvent un impact moindre sur le climat qu'un produit local si son mode de production est riche en utilisation de pesticides, en intrants et en semences spécifiques. Eh oui, les produits chimiques utilisés sur la ferme ne sont que très rarement produits localement dans l'agriculture conventionnelle

Manger bio ET local, c'est l'idéal !

● **L'agriculture bio... Ce n'est pas sérieux** ●

La réglementation biologique européenne interdit strictement l'utilisation d'agro-chimiques, de pesticides de synthèse et d'autres intrants chimiques.

Elle garantit une démarche globale de respect de santé et d'environnement.

Lorsqu'un paysan décide de produire bio, une période dite « de conversion » des terres de 2 à 3 ans est obligatoire pendant laquelle ses produits ne peuvent être vendus sous l'appellation « biologique ».

De plus, l'agriculture biologique préserve la fertilité des sols, protège la biodiversité, respecte les animaux, émet moins de gaz à effet de serre que l'agriculture conventionnelle et préserve les ressources en eaux.

L'agriculteur engagé est soumis à un cahier des charges stricte. Il est contrôlé au moins une fois par an par un organisme certificateur.

Retrouvez dans notre dossier argumentaire, d'avantages de ressources pour mieux comprendre les enjeux autour de l'agriculture biologique.

POUR UNE PLUS GRANDE INFORMATION

DES LIVRES POUR MIEUX S'INFORMER

Voici une liste non exhaustive des livres que nous avons aimé et sur lesquels vous pouvez vous appuyer pour organiser une conférence/débat.

- **Le ventre, notre deuxième cerveau.** Fabrice Papillon et Héloïse Rambert, 2014. -249pages- (18.90€)
- **Les Révolutions invisibles,** Floran Augagneur et Dominique Rousset, éditions Les liens qui libèrent, 2015 -278pages- (21€)
- **Permaculture.** Perrine et Charles Hervé-Gruyer, 2014 -372pages- (22.80€)
- **Un empoisonnement universel.** Fabrice Nicolino, éditions Les liens qui libèrent, 2014 -448pages- (23€)
- **Ils changent le monde ! 1001 initiatives de transition écologique.** Rob Hopkins, éditions Seull, 2014 -208pages- (14€)
- **Savez-vous goûter...les légumes secs ?.** Bruno Couderc, Gilles Daveau, Danièle Mischlich, Caroline Rio, Photos Kim Jonker, 2014 -125pages- (20€)
- **Le guide de la permaculture au jardin.** Carine Mayo, éditions Terre Vivante, 2013 -160pages- (22€)
- **Changeons d'agriculture – Réussir la transition.** Jacques Caplat, 2014 -150pages- (17€)
- **La fin des terres - comment mangerons-nous demain ?** André Aschieri et Maud Lellèvre, 2012 -176pages- (19€)
- **Vers l'autonomie alimentaire.** Frédérique Basset, 2012 -122pages- (13€)
- **Un million de révolutions tranquilles : Comment les citoyens changent le monde.** Bénédicte Monier, éditions Les liens qui libèrent, 2012 -320pages- (22,90€)
- **Le guide Terre Vivante de la cuisine saine et gourmande.** Éditions Terre Vivante, 2013 - 512pages- (29.90€)
- **Réinventons l'humanité.** Albert Jacquard et Hélène Amblard/postface de Serge Latouche, éditions Sang de la Terre, 2014 -160pages- (10,95€)
- **Une autre finance pour une autre agriculture.** Ouvrage collectif coordonné par le MIRAMAP, éditions Yves Michel. Collection économie, 2013 -272pages- (21,80€)
- **No steak.** Aymeric Caron, éditions Fayard, 2013 -360pages- (19€)
- **Agriculture biologique : espoir ou chimère ?.** Marc Dufumier et Gil Riviere, éditions Le muscadier, Collection le choc des idées, 2013 -128pages- (9.90€)
- **Bio, Bon, Gourmand.** Valérie Cupillard, 2010 -480pages- (19,09€)
- **Manger bio c'est mieux !.** Claude Aubert, Denis Lairon et André Lefebvre, éditions Terre Vivante, 2012 -150pages- (5€)
- **Un nouveau monde en marche : vers une société non-violente, solidaire et écologique.** Etienne Godinet et Laurent Muratit, 2012 -432pages- (22€)
- **Les abeilles et le chirurgien.** Henri Joyeux, éditions Rocher -310pages- 2014 (16€)

- **La bio entre business et projet de société.** Sous la direction de Philippe Baqué. éditions Agone, - 430pages- 2012 (22€)
- **La Lavande.** Pierrette Chalendar, éditions Anagramme, -64pages- 2012 (3,99€)
- **Manger bio c'est bien si...** Hugues Toussaint, éditions Vuibert, 2010 -199pages- (3,99€)
- **Manifeste pour un retour à la Terre.** Philippe Desbrosses, éditions Dangles, 2012 -64pages- (6€)
- **L'agriculture biologique pour nourrir l'humanité.** Jacques Caplat/postface Claude Aubert. éditions Acte Sud, Collection domaine du possible, 2012 -480pages- (24,40€)
- **Famine du Sud, malbouffe au Nord : comment la bio peut nous sauver ?.** Nil Edita, 2012 - 193pages- (18,25€)
- **Sortir du Nucléaire, c'est possible !.** éditions Nova Eds, 2011 -144pages- (4,99€)
- **Message pour un monde meilleur.** Sylvia Tostain, 2012 -144pages- (35€)
- **Nouvelles techniques de manipulation du vivant, pour qui ? pour quoi ?.** éditions Peuv, 2011 -80pages- (9€)
- **Le vrai scandale du gaz de schiste.** Marine Jobert et Francois Veillerette, préface de José Bové, ed. Les Liens qui libèrent, 2011 -180pages- (18.30€)

DES FILMS POUR MIEUX S'INFORMER

Voici une liste non exhaustive des films que nous avons aimé et sur lesquels vous pouvez vous appuyer pour organiser un ciné-débat.

- **Le ventre, notre deuxième cerveau.** Cécile Denjean, 2013, -55min-
- **Cowspiracy.** Documentaire. Keegan Kuhn et Kip Andersen, 2015, 1h25min-
- **Femmes pour la planète.** Documentaire. Marie-Monique Robin, 2015, -1h45min-
- **Libres !.** Documentaire. Jean Paul et Béatrice Jaud, 2015, -1h45min-
- **Le sel de la Terre.** Wim Wenders et Julianno Ribeiro Salgado, 2014, 1h50min-
- **Sacrée croissance.** Marie-Monique Robin, 2014, -1h33min-
- **L'urgence de ralentir.** Documentaire. Phillippe Borrel, 2014, -1h25min-
- **Night Moves.** Kelly Reichardt, 2013, -1h47min-
- **La santé dans l'assiette.** Documentaire. Lee Fulkerson, 2011, 1h32min-
- **Love meat ender.** Manu Coeman, 2011, -52min-
- **On est ce qu'on mange.** Documentaire australien, James Colquhoun et Laurentine Ten Bosch, 2008, -1h14min-
- **La face bio de la République.** Documentaire. Thierry Derocles, 2013, -1h02min-
- **Culture en Transition.** Nils Aguilar, 2012, -1h06min-
- **Les moissons du futur.** Marie-Monique Robin, 2012, -1h36min-
- **Tous cobayes.** Jean-Paul Jaud, 2012, -1h55min-
- **La mort est dans le pré.** Eric Gueret, 2012, -52min-
- **Comment nourrir l'avenir ?.** Jean James Garreau et Kevin Garreau, 1h15min-
- **Small is beautiful.** Agnès Fouilleux, 2010, -1h46min-
- **Solutions locales pour un désordre global.** Coline Serreau, 2010, -1h53min-