



Remplace le Cahier des charges général à compter du 1^{er} janvier 2022

CAHIER DES CHARGES COOPERATION

*Mis à jour consécutivement aux modifications décidées par
l'Assemblée générale mixte du 15 juin 2021
(application au 1^{er} janvier 2022)*

CHARTRE BIOCOOP

Le réseau des magasins Biocoop a pour objectif le développement de l'agriculture biologique par la distribution dans un esprit d'équité et de coopération, des produits qui en sont issus.

En partenariat avec les groupements de producteurs, il crée des filières équitables fondées sur le respect de critères sociaux et écologiques exigeants.

Il s'engage sur la transparence de ses activités et la traçabilité de ses approvisionnements.

Présent dans les instances professionnelles, il veille à la qualité de l'agriculture biologique.

Les magasins Biocoop sont des lieux d'échanges et de sensibilisation pour une **consom'action** responsable.

Le développement de l'agriculture biologique souhaité par la Coopérative Biocoop s'articule autour des principes suivants :

SOLIDARITE

- avec les producteurs et transformateurs, en favorisant des échanges fondés sur la confiance et le respect des engagements mutuels.
- avec les producteurs par le soutien à une agriculture et une distribution qui assurent leur autonomie et favorisent un développement durable.
- entre les magasins, en encourageant la coopération.
- dans les magasins, par des relations entre consommateurs, gérants, administrateurs et salariés fondées sur l'échange et la participation.

QUALITE

- des produits alimentaires et écoproduits en encourageant les entreprises à taille humaine qui minimisent les coûts écologiques de fabrication et de distribution.
- de l'acte de vente, par la formation, l'information, et la responsabilisation des salariés des magasins.
- de l'acte d'achat des consommateurs, par une sensibilisation aux conditions de production et de distribution, les conduisant à une démarche globale de consom'acteurs.

TRANSPARENCE

- par la communication des objectifs poursuivis, des règles de fonctionnement et des résultats obtenus afin de maintenir un climat de confiance entre tous les partenaires.

Cette charte s'exprime dans l'application d'un Cahier des charges garant de l'engagement des magasins pour la planète et la santé de l'Homme.

PREAMBULE

**Le Cahier des charges se compose de conventions et d'annexes.
Les conventions regroupent des valeurs fondamentales et des préconisations.**

Le Cahier des charges Coopération a vocation à s'assurer que les sociétaires portent et promeuvent les valeurs coopératives. Les valeurs fondamentales décrivent les engagements obligatoires pris par les Sociétaires magasins du réseau Biocoop (ci-après les Sociétaires)

Les préconisations regroupent des critères auxquels les consommateurs peuvent être sensibles mais qui ont besoin d'être partagés par tous et retravaillés avant d'être introduits en valeurs fondamentales. Ces préconisations constituent des incitations pour les Sociétaires.

Le suivi des valeurs fondamentales et des préconisations feront l'objet d'échanges entre les Sociétaires à l'occasion par exemple de réunions organisées par la Coopérative Biocoop.

Il est précisé que dans le présent Cahier des charges Coopération, le masculin a une valeur neutre, il s'applique aussi au féminin.

1 - CONVENTION PRODUITS

La convention « produits » a pour objectif de favoriser le développement d'une agriculture biologique exigeante, de privilégier l'impact écologique le plus faible dans la conception et la provenance des produits, de favoriser les échanges durables et équitables. Elle garantit aux consommateurs la qualité et la sélection des produits distribués dans le réseau des magasins Biocoop. Les règles de distribution ci-après donnent une orientation sur la nature des produits et des filières que la Coopérative entend promouvoir.

La convention « produits » s'applique à tous les produits commercialisés (ainsi qu'aux services proposés le cas échéant) par le Sociétaire ou un tiers sur l'emprise immobilière du magasin du Sociétaire (parking compris). Dans le cas de commercialisation par un tiers sur l'emprise immobilière du magasin, il est de la responsabilité du Sociétaire de s'assurer que les produits respectent la convention « produits ». L'emprise immobilière au sens de la présente disposition est :

- la désignation du bien loué telle que figurant au bail si le sociétaire est locataire,
- la seule partie de l'immeuble exploitée pour son activité si le sociétaire est propriétaire d'un immeuble.

1-1 – VALEURS FONDAMENTALES

La provenance des produits distribués dans les magasins

Les Sociétaires doivent réaliser et transmettre une fiche de visite pour tout nouveau fournisseur local. Les Sociétaires faisant appel à des producteurs dont les produits locaux sont certifiés BIO COHERENCE sont dispensés de cette obligation.

Les Sociétaires ne référencent pas en magasins de produits des fournisseurs déréférencés par la Coopérative Biocoop dans le cadre de la stratégie fournisseur Biocoop. Un délai suffisant au regard de l'antériorité des relations commerciales pourra être accordé au Sociétaire à compter du déréférencement d'un fournisseur afin qu'il puisse se mettre en conformité avec cette obligation.

Le soutien à l'Agriculture Biologique par les magasins et la Coopérative

Les Sociétaires donnent la priorité à l'alimentaire dans leurs magasins.

Ils doivent respecter les **répartitions de chiffre d'affaires** suivantes :

- produits alimentaires : au minimum 70 % du CA total ;
- produits frais et surgelés : au minimum 28 % du CA total ;
- produits d'épicerie distribués en vrac : au minimum 6% du CA total ;
- produits beauté-maison-bébé : au maximum 20 % du CA total ;
- compléments alimentaires : au maximum 10% du CA total.

Les exigences concernant les produits

Lorsqu'un point de vente dispose d'un **rayon boucherie**, il doit mettre en œuvre les obligations qui lui sont spécifiques, telles que précisées en annexe B.3.

Les tomates « type anciennes » commercialisées par les Sociétaires sont des **tomates issues de variétés non hybrides**.

Les vins contiennent des taux de soufre limités, conformément aux seuils fixés et précisés en annexe B.4.

Les Sociétaires respectent les critères de référencement du « **culturel militant** », tels que précisés en annexe B.5.

Les **activités hors champ telles que définies dans les CGVL** respectent les valeurs fondamentales des Cahiers des charges qui leurs sont applicables, notamment l'utilisation de matières premières ou de produits cités dans la convention produits.

1-2 – PRECONISATIONS

Les produits locaux distribués par les Sociétaires sont issus d'exploitations ou d'entreprises 100% bio.

Les Sociétaires distribuent les produits à Marque Biocoop ou sélectionnés par la Coopérative pour garantir aux consommateurs une plus grande transparence sur l'origine géographique de production et de transformation des produits.

Les Sociétaires distribuent des produits ménagers et lessiviels labellisés par un Cahier des charges reconnu par la Coopérative, tel que précisé en annexe A.6 du Cahier des charges Valeurs de Biocoop, hormis quelques produits non labellisés figurant sur une liste dérogatoire, telle que précisée en annexe A.6 du Cahier des charges Valeurs de Biocoop.

Les Sociétaires distribuent des écoproduits sélectionnés par la Coopérative ou labellisés par un Cahier des charges reconnu par la Coopérative, tels que précisés en annexe A.6 du Cahier des charges Valeurs de Biocoop ».

Les Sociétaires respectent les critères de qualité viande, œufs et lait, tels que précisés en annexe B.6.

2 - CONVENTION COMMERCE

La convention commerce est la composante des Cahiers des charges permettant d'assurer la pérennité des magasins tout en pratiquant les prix les plus justes et en assurant une croissance forte de la consommation des produits biologiques.

2-1 – VALEURS FONDAMENTALES

Le Sociétaire s'engage à mettre en place une ventilation de caisse reprenant les « codes bio » de la Coopérative, tels que précisés en annexe B.2.

Afin d'assurer la cohérence des actions de la Coopérative et l'accessibilité des produits bio, tout Sociétaire :

- **Applique une marge maximale** sur prix catalogue de 31% pour les secteurs Alimentaire, Frais, Fruits et Légumes et 37% pour le secteur Non Alimentaire, sur l'ensemble des produits équitables de la Marque de Biocoop (MDB) dont la liste sera disponible sur l'Espace pro accessible aux sociétaires.

Le **taux de marge nette comptable distribution** ne doit pas dépasser 31,5%.

Tout Sociétaire doit mettre en place en permanence une offre d'un maximum de 500 produits déterminés par la Coopérative. La liste de ces produits peut varier mensuellement. Si le produit est détenu par le Sociétaire, il devra respecter un **Prix Maximum Autorisé** de vente au consommateur final (cf annexe B.9). Il est précisé que ce prix maximum s'entend avant toute remise octroyée au consommateur, le cas échéant.

Tout Sociétaire doit mettre en place la **politique commune d'animation commerciale** du réseau Biocoop tel que précisé en annexe B.9. Cet engagement consiste à :

- proposer un nombre minimum de produits en animation à chaque opération ;
- appliquer la ou les mécaniques annoncées par la Coopérative avec répercussion, vers le consommateur, de l'intégralité du taux promotionnel obtenu à l'achat le cas échéant ;
- aux dates définies par la Coopérative ;
- en utilisant les outils de communication dédiés.

Les modalités précises de cette politique sont déterminées par la Coopérative et portées à la connaissance des Sociétaires concernés par tous moyens au moins 9 semaines avant la mise en œuvre (pour le secteur fruits et légumes ce délai pouvant être réduit à 15 jours).

2-2 – PRECONISATION

Chaque magasin s'efforce de mettre en place, en fonction de sa taille, de son emplacement, de son historique et de sa situation économique, une remise de 1,5 % minimum aux consommateurs titulaires d'une carte Biocoop émise par un autre Sociétaire.

3 - CONVENTION SOCIALE

La convention sociale est la composante des Cahiers des charges, permettant aux Sociétaires de développer les valeurs Coopératives de partage des richesses, d'aide mutuelle, de participation collective dans l'entreprise et de juste rémunération du travail.

Le bien-être au travail est une préoccupation majeure des Sociétaires. Outre l'obligation légale d'assurer et de protéger la santé mentale et physique des salariés, chaque Sociétaire s'engage vers une prise en compte exigeante du bien-être. Pour cela, chaque Sociétaire donne du sens au travail, reconnaît les salariés et garantit des conditions de travail correctes et dignes.

La question du bien-être de tous les salariés (responsables et employés) s'inscrit dans une démarche de progrès. Chaque Sociétaire s'intéresse à la question, partage son expérience et s'engage dans un processus d'amélioration continue.

La prise en compte de la qualité de vie au travail doit permettre d'améliorer la performance globale du réseau.

Les aspects fiscaux et sociaux liés aux avantages accordés aux salariés indiqués dans la présente convention, sont à traiter par chaque Sociétaire.

La convention sociale est mise à disposition de tous les salariés des magasins.

3 - 1 – VALEURS FONDAMENTALES

Favoriser l'accès à l'emploi

75% des heures travaillées sont réalisées par des salariés embauchés en CDI.

Juste rémunération du travail et partager les richesses

Un taux de remise en caisse de 15% minimum est accordé à tous les salariés.

Favoriser l'intégration et le bien-être des salariés

Pour favoriser l'intégration et le bien-être des salariés, chaque Sociétaire s'efforce à la plus grande transparence, encourage le dialogue pour permettre à chaque salarié de s'épanouir au sein de la structure tout en respectant les droits et devoirs de chacun.

Chaque salarié possède une fiche de poste (ou équivalent) qui a été signée de l'employeur et remise en mains propres contre signature du salarié lors de son embauche.

Chaque salarié a au moins une fois par an un entretien annuel avec son supérieur hiérarchique (ou équivalent). Pour rappel, un entretien annuel est un temps formalisé avec un compte rendu écrit.

Quatre réunions d'équipe sont effectuées au minimum chaque année. Un temps sera systématiquement dédié aux échanges avec les salariés pour qu'ils puissent être force de proposition pour la structure.

Cafés et thés bio sont mis à disposition gratuitement pour les pauses des salariés.

Chaque Sociétaire s'engage, s'il souhaite démissionner de la Coopérative, à informer ses salariés au moins 6 mois avant son départ.

Chaque Sociétaire s'engage à participer à toute médiation, à la charge de l'employeur, effectuée par un médiateur indépendant, si elle est demandée :

- par 20% de ses salariés au moins dans les entreprises de plus de 10 salariés ;
- par 50% de ses salariés au moins dans les entreprises d'au plus 10 salariés.

Une note d'information sur la médiation avec les coordonnées d'un médiateur est affichée en permanence sur le tableau d'affichage obligatoire.

Tous Biocoop's est distribué à tous les salariés de l'entreprise.

Tout salarié en CDI suit un parcours de formation obligatoire en fonction de son poste (ou équivalent) occupé dans l'entreprise, tel que précisé en annexe B.7. Toute évolution de poste d'un salarié fait également l'objet de l'évolution des formations obligatoires.

Chaque responsable de magasin salarié (ou équivalent) participe à une réunion d'Assemblée de Maison Régionale et une réunion de bassin par an au minimum.

Grille de Progression Sociale

Tout Sociétaire doit remplir sa Grille de Progression Sociale à minima une fois tous les deux ans.

Chaque magasin met en place, en fonction de sa taille, de son historique et de sa situation économique, les pratiques de la Grille de Progression sociale, telles que précisées en annexe B.8.

Il met en œuvre au minimum :

- 1 pratique par thème social ;
- 10 pratiques au total ;
- 15 points.

4 - CONVENTION ECOLOGIQUE

La volonté de respecter les grands équilibres écologiques de notre planète fait partie des fondements de l'agriculture biologique et de la création du réseau. Elle se traduit dans la convention « produits » par des critères exigeants de sélection et de distribution des produits commercialisés dans les magasins.

Convaincu que les bonnes pratiques écologiques doivent aller de pair avec l'efficacité économique, le réseau souhaite poursuivre la réduction des conséquences négatives de son activité sur l'environnement en précisant ses engagements dans une convention spécifique intitulée « convention écologique ».

4-1 – VALEURS FONDAMENTALES

L'utilisation d'agro-carburants est interdite.

Les Sociétaires utilisent du papier 100% recyclé et blanchi sans chlore ou du papier issu de forêts gérées durablement.

La distribution de sacs de sortie de caisse en plastique ou amidon est interdite.

Les déchets du magasin sont triés selon le système mis en place dans la collectivité territoriale (collecte sélective, déchetteries, etc.), notamment pour les cartons. Les cartouches d'encre consommées par le magasin sont récupérées et recyclées.

4-2 – PRECONISATIONS

Chaque magasin s'efforce de mettre en place, en fonction de sa taille, de son emplacement, de son historique et de sa situation économique, les pratiques suivantes :

- un fournisseur d'énergie 100% renouvelable est choisi tel que précisé en annexe A.7 du Cahier des charges Valeurs de Biocoop ;
- un parc à vélos est mis à disposition des clients et salariés ;
- chaque point de vente est équipé d'un vélo de société pour réaliser les petits déplacements quotidiens ;
- au moins 5% de ses émissions carbonees sont compensées par des actions dont les modalités sont définies par chaque Sociétaire. La plantation de haies, l'agroforesterie, la production d'énergie renouvelable, les bandes fleuries agricoles, sont des moyens possibles de compensation.

Pour copie certifiée conforme du Cahier des charges Coopération adopté par l'Assemblée générale mixte du 15 juin 2021.

M. Pierrick De Ronne
Président du Conseil d'Administration