

POINT FORT

Restauration: le label Fait Maison veut remettre les cuisiniers à leurs fourneaux

En misant sur les produits frais et l'authenticité, le label Fait Maison replace la cuisine au cœur des restaurants. Une manière de lutter contre la malbouffe.

MAUDE BONVIN

Lancé en septembre dernier, le label Fait Maison mise sur le savoir-faire en cuisine et lutte contre l'uniformisation du goût. Il distingue, sur une base volontaire, les restaurants qui concoctent eux-mêmes leur repas, sans avoir recours aux plats et produits pré-cuisinés. Suite au lancement en France d'une législation en la matière, les professionnels romands de la restauration ont décidé d'exporter cette idée. «Ils ont convaincu les dirigeants de GastroSuisse de lancer ce projet pilote de ce côté-ci de la Sarine», explique Marc Treboux, ancien chimiste cantonal neuchâtelois et bénévole auprès de la Fédération romande des consommateurs (FRC) pour le label Fait Maison. Ce dernier a été lancé par GastroSuisse, la Fondation pour la promotion du goût, Slow Food Suisse et la FRC.

Pour Gilles Meystre président de GastroVaud, le scandale de la viande de cheval a suscité une prise de conscience auprès des consommateurs. «Ces derniers sont très demandeurs en matière de transparence», déclare-t-il. Le professionnel de la restauration voit d'un bon œil le Fait Maison dans le sens où il pousse à de bonnes pratiques. L'objectif est de labelliser 5% des 30'000 restaurants que compte la Suisse d'ici quelques années. A l'heure actuelle, 250 établissements bénéficient d'ores et déjà du label ou sont en cours de labellisation. «Notre dispositif répond à une vraie demande», souligne Marc Treboux. D'ici 2019,



MARC TREBOUX. Pour l'ancien chimiste, le label Fait Maison comble un manque dans la restauration.

le concept devrait être étendu à la Suisse alémanique.

Pas de concurrence

A la question de savoir si le label Fait Maison ne concurrence pas d'autres initiatives comme la Fourchette verte, l'ancien chimiste cantonal répond par la négative: «Nous ne poursuivons pas les mêmes buts que le label lancé en 1993 et qui fait la part belle aux menus équilibrés. Nous voulons mettre en évidence des produits travaillés, en misant sur la transparence de la carte et l'authenticité». En outre, Fourchette verte touche plutôt la restauration collective, comme les cafeterias des écoles, des hôpitaux et des entreprises, alors que notre désignation s'adresse essentiellement aux restaurants traditionnels et indépendants. Pour obtenir le Graal du Fait Mai-

son, les établissements doivent répondre à un cahier des charges précis qui définit les produits bruts à travailler. «Depuis le lancement du dispositif, nous avons un peu affiné nos définitions. Le vinaigre et la moutarde ne doivent, par exemple, pas être réalisés en cuisine. Par contre, nous interdisons les conserves, sauf pour de très rares produits qui sont introuvables à l'état frais sur le marché européen», ajoute Marc Treboux. Ce dernier pense notamment aux racines de wasabi. Ces exceptions se retrouvent surtout dans les cuisines exotiques. A noter que le pain, le beurre, les salaisons et les produits fumés ne doivent pas nécessairement être confectionnés sur place.

Miser sur le numérique

Une vingtaine de personnes contrôlent les restaurants candi-



GILLES MEYSTRE. Selon le président de GastroVaud, le label Fait Maison incite aux bonnes pratiques.

dats au label. Ils se rendent dans les cuisines. Ils inspectent cartes et frigos. Le contrôle est annoncé. Ensuite, des contrôles inopinés sont effectués pour vérifier le bon

respect du cahier des charges par le professionnel.

Au niveau de son financement, l'association à l'origine du label Fait Maison bénéficie de soutien

public. Mais elle se finance principalement via les cotisations des restaurants labellisés de l'ordre de 250 francs par an. Le label est valable une année. Il est ensuite renouvelable.

Pour se faire connaître, l'organisation à l'origine de la démarche est présente sur les réseaux sociaux. Un site internet a été créé et une application qui recense les restaurants labellisés devrait suivre.

Afin d'offrir de la visibilité aux établissements, des collaborations avec différents guides de la restauration sont en cours dont le Passeport Gourmand. Dans sa nouvelle édition de mars 2018, le Guide Bleu indiquera également au moyen d'un pictogramme (logo du Label) les établissements labellisés Fait maison. Pour l'instant, les retours des restaurateurs sont positifs. Leur clientèle a augmenté depuis l'adoption du label. ■

Un label ne va pas sauver le monde

Freegluten, Fourchette verte, Fait Maison, Chickids, un label listant les restaurants qui accueillent avec plaisir les enfants, les distinctions se multiplient dans la restauration. Au risque que le consommateur s'y perde un peu.

Ethique et local

L'historien de la gastronomie, Philippe Ligron, n'a rien contre les labels mais il estime que les professionnels de la restauration devraient davantage unir leurs forces plutôt que de multiplier les références. Le responsable du restaurant de l'Alimentarium à Vevey juge qu'un passionné fera de la bonne cuisine et n'aura pas besoin de label. «Faisons notre travail simplement et avec éthique. Cela inclut de se fournir auprès des artisans de la région. Contrairement à

l'idée reçue, acheter local n'est pas plus cher. Le cuisinier doit se réapproprier son artisanat. Un label ne va pas sauver le monde», lance-t-il. Pour le président de GastroVaud Gilles Meystre, trop de labels tuent les labels: «on le voit avec le bio. Les labels doivent rester visibles». Il plaide aussi pour que les restaurateurs unissent leurs forces et collaborent. Même s'ils le font de plus en plus. On voit d'ailleurs déjà plusieurs labels travailler ensemble. Philippe Ligron voit lui un dernier danger dans ces références: le risque que le consommateur se repose sur elles et ne cherche pas à savoir ce qui se cache derrière elles. Pour lui, la solution passe plutôt par l'éducation au goût et la création de marques propres de produits. Libre au consommateur ensuite d'adopter ou non ces marques. – (MB)

La Fourchette Verte, certification pionnière en alimentation équilibrée, est loin d'être un fossile

SOPHIE MARENNE

La Fourchette Verte se définit comme le seul label d'alimentation équilibrée de Suisse. Près de 1600 établissements helvètes répondent à ses critères et garantissent ainsi un plat du jour sain à leurs clients, touchant au total de presque 130.000 consommateurs. «Mais nous comptons encore nous étendre, notamment en Suisse alémanique», affirme Stéphane Montangero, le secrétaire général de l'association. Il n'est pas inquiet par la naissance du nouveau label Fait Maison. «Nous ne sommes pas en concurrence mais plutôt complémentaire. Nous sommes d'ailleurs en contact avec ses promoteurs, avec lesquels nous collaborons fréquemment.»

Impulsion genevoise, impact presque national

Le mouvement est né en 1993 à Genève. «Très vite, nous avons touché l'ensemble des régions latines – la Suisse romande et le Tessin», se souvient-il. «En 1999,

la Fourchette Verte a adopté la forme d'une fédération. En 2011, nous avons posé un premier pied en Suisse alémanique. Le partenariat lié depuis 2014 avec la compagnie SV Group a ensuite aidé à l'expansion du label, qui est maintenant présent sur presque tout le territoire.»

L'accent sur la durabilité et l'enfance

Stéphane Montangero considère que le travail de promotion de la santé nécessite des mesures structurelles inscrites sur le long terme: «Avec presque 25 années d'activité, la Fourchette Verte est un bel exemple de réussite. Le soutien des pouvoirs publics, dès nos débuts, ainsi que celui de Promotion Santé Suisse ont été importants pour notre déploiement, tout comme le fantastique professionnalisme de nos diététiciens sur le terrain. De plus, avoir Anne-Claude Demierre, conseillère d'Etat et ministre de la santé à Fribourg, à notre tête depuis septembre 2017 est un véritable atout.»



STÉPHANE MONTANGERO. Président du Parti socialiste vaudois, il est le secrétaire général de l'organisation depuis 2009.

A côté de la nutrition saine, la Fourchette Verte dispose d'une autre corde à son arc: le développement durable. Grâce aux critères additionnels Ama Terra, l'association promeut l'alimentation provenant de production écologique, socialement responsable et respectueuse des ani-

maux. Destinés aux plateformes servant des repas aux enfants et adolescents, le volet Ama Terra exige l'utilisation de produits saisonniers et régionaux en priorité. Il demande aussi à ce que les jeunes soient intégrés dans les activités liées aux repas et à culture de table. «Ces dernières années,

nos efforts se sont avant tout concentrés sur les premiers âges de la vie, notre mission de santé publique étant toujours plus axée sur les moins de 16 ans», explique le secrétaire général. «Les enfants forgent une sorte de bibliothèque des goûts. Plus celle-ci est vaste et riche, plus les jeunes – et les adultes qu'ils deviendront – y puiseront de manière équilibrée au cours de leur vie.»

Une assiette qui s'adapte au goût du jour

Les cafés, restaurants, self-services et cuisines de collectivité (entreprises, écoles, crèches ou encore universités) qui souhaitent prétendre à la distinction doivent répondre aux critères suivants: proposer une assiette équilibrée, offrir des boissons non alcoolisées à prix favorable, se conformer à divers critères nutritionnels, le tout dans un espace 100% non-fumeur. Les procédures de labellisation sont accompagnées et contrôlées par des diététiciens diplômés. Par la suite, les établissements peuvent être soumis à des

tests, annoncés ou non. «Les restaurateurs ont des approches variées, mais la plupart du temps ils sont très curieux: ils veulent en apprendre plus et comprendre nos exigences.» Les prescriptions nutritionnelles et recommandations de l'organisme se basent sur celles de la Société suisse de nutrition (SSN) et de l'Office fédéral de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires (OSAV). Il décrit: «Nous évoluons avec la recherche scientifique et en faisons profiter nos membres labellisés. Nous observons aussi les tendances qui émergent et nous veillons à ce que soit toujours respecté l'équilibre alimentaire. L'introduction de repas végétarien, par exemple, remonte à quelques années déjà.»

En 2018, la Fourchette Verte compte s'aventurer davantage sur le terrain numérique: «Nous allons rafraîchir notre communication, créer un nouveau site web. Nous désirons surtout travailler à la digitalisation de nos processus et ainsi simplifier nos outils de travail.» ■