



## Produits locaux dans la restauration collective - Journée d'étude

30 mai 2017 - Ecole d'agriculture du Valais - Châteauneuf

### Synthèse

---

#### PARTICIPANTS

Coordinateurs de projets des cantons de Genève, Vaud, Valais, Fribourg, Jura et Jura bernois (Fondation Rurale Interjurassienne), ainsi que des villes de Genève et Lausanne.

#### GRANDES LIGNES DES DÉMARCHES ENGAGÉES

Le résumé des projets des villes et cantons romands se trouvent dans les fiches de présentation annexes (posters).

Dans le canton de Fribourg, un projet de loi, prévoyant des mesures contraignantes pour augmenter l'usage des produits locaux dans la restauration collective et répondant à une motion et à un postulat du Grand Conseil, a récemment été refusé. Une nouvelle loi, privilégiant des mesures incitatives, est en préparation. Elle devrait être soumise au Grand Conseil avant la fin 2017. En parallèle des projets-pilotes sont en cours dans deux établissements qui mettent en œuvre la méthode d'évaluation Beelong.

#### DISCUSSION THÉMATIQUE

##### Thème 1 : Mobilisation des établissements et des fournisseurs

Les démarches des cantons et des villes pour favoriser l'usage des produits locaux dans la restauration collective génèrent la création de **nouveaux marchés** pour les fournisseurs. La plupart réagissent à cette démarche en proposant de nouvelles prestations ou en répondant positivement lors d'appels d'offres.

Dans le cas d'établissements en **gestion propre**, que la démarche soit volontaire ou obligatoire, les éléments suivants sont jugés importants pour mobiliser les établissements :

- Assurer un contact direct (direction, chef de cuisine) pour expliquer la démarche et répondre aux questions, et mettre en place un accompagnement.
- Offrir des « outils de travail » adaptés aux besoins : plateforme pour coordonner l'offre et la demande (GE, JU et Jube), guide et checklist (Lausanne), liste de fournisseurs (VS, JU et Jube), charte d'engagement type (VS), outil d'évaluation comme Beelong (VS, Lausanne, VD), formation des cuisiniers et acheteurs de denrées alimentaires (VD, Lausanne).
- Mesurer les résultats obtenus et assurer un suivi de la démarche grâce à des indicateurs (Lausanne).
- Proposer des incitations financières pour motiver les établissements partenaires à entrer dans la démarche. Par exemple : appui au financement d'une étude Beelong (VD, VS), budget supplémentaire accordé si les objectifs sont atteints (Lausanne).

- **A consulter :**
  - Guide, indicateurs et engagement pour les cuisiniers (Lausanne).
  - Lettre aux fournisseurs (Lausanne).
  - Cahiers des charges types pour les établissements et les fournisseurs (VS).
  - Listes de fournisseurs : [www.terroir-juraregion.ch](http://www.terroir-juraregion.ch) (JU et JuBe), site Web [Ecole d'agriculture du Valais > Produits locaux](http://Ecole d'agriculture du Valais > Produits locaux) (VS)

Dans le cas d'établissements en **gestion concédée**, les constats suivants ont pu être faits :

- Il est important de formuler une demande claire lors des appels d'offre à propos de la provenance des produits, de leur saisonnalité et de leur degré de transformation.
- Les fournisseurs répondent de manière positive lorsque de gros marchés se présentent (par exemple, Lausanne avec près de 1 million de repas par an).
- Une harmonisation des demandes faites par les collectivités pourrait aider et encourager les prestataires à adapter leur offre.
- Faire un suivi des engagements pris et mesurer les résultats dans le cadre d'un suivi contractuel sont aussi des mesures réalisables dans le cas d'une gestion concédée.
- **A consulter** : cahier des charges pour un appel d'offres (VD).
- **A venir** : système de contrôle de la qualité/suivi contractuel (VD).

Dans les deux cas, souvent, les infrastructures (cuisines, cafétérias, matériel, etc.) doivent être adaptées pour favoriser les produits bruts ou pour être à jour (les cafétérias datent souvent des années 80-90'). Le Canton du Valais prépare un guide qui présentera l'essentiel des recommandations à suivre pour la conception/rénovation d'une cuisine à même de recevoir des produits frais et peu/pas transformés.

## Thème 2 : Approvisionnement

Les **volumes** de produits disponibles sont relativement limités en dehors des denrées principales que la Suisse, selon ses régions, produit (lait et produits laitiers, légumes et pommes de terre, fruits et jus de fruits, viande bovine, porcine et volaille, charcuterie et salaisons, œufs et ovo produits, pain et céréales). Pour répondre à ce problème, les établissements doivent multiplier les fournisseurs et/ou producteurs. L'augmentation de la production agricole locale et de saison est aussi souhaitable, en particulier pour les produits bio. L'approvisionnement devrait rester « de saison » pour limiter l'impact sur l'environnement et assurer un mode de production durable (serres chauffées, hors-sol,...).

Les **plateformes** mettent en relation l'offre et la demande. Elles offrent plusieurs avantages. En centralisant les offres et les commandes elles limitent les difficultés d'approvisionnement des cuisiniers. Elles augmentent la visibilité et les parts de marchés potentiels pour les petits producteurs. Il faut aussi y associer des fournisseurs. L'impulsion pour créer de telles plateformes peut venir de chacun, mais il est essentiel d'y associer les fournisseurs pour en assurer la dynamique. (GE/[Plateforme GRTA](http://Plateforme GRTA), JU/[Plateforme en-gros.ch](http://Plateforme en-gros.ch)). Parmi les limites possibles peuvent être mentionnées : le manque de diversification des produits, ainsi que le décalage entre l'offre et les besoins des collectivités (type de produits, disponibilité, volume, prix).

Les petits producteurs sont confrontés au problème de la **logistique**, en particulier pour la livraison. Ici aussi une mise en commun des ressources pourrait aider.

Le **prix** des produits ne semble pas être une question fondamentale car des solutions existent pour limiter l'augmentation des coûts pour les établissements (p.ex. imaginer de nouvelles recettes, proposer des repas végétariens, faire la chasse au gaspillage, revoir l'organisation du travail au sein de l'établissement, ...).

Des **conflits d'indicateurs** peuvent intervenir et déstabiliser les cuisiniers : Acheter des tomates locales même en hiver ? Acheter plutôt des tomates bio italiennes ou des tomates non bio locales ? ... . Au final l'important est de créer le débat sur l'alimentation pour éveiller les consciences sans forcément apporter des réponses définitives, les critères de provenance sont alors une première porte d'entrée.

### Thème 3 : Formation des cuisiniers

Pour favoriser une mise en œuvre adéquate d'une démarche en faveur des produits locaux, les **cuisiniers** doivent être au centre de l'attention car ils sont sur le terrain et concrétisent le projet.

Une **formation spécifique** des cuisiniers est à mettre en place. En termes de contenu, les éléments suivants peuvent être retenus :

- Ressources financières, humaines et organisationnelles (transformation des produits bruts).
- Rencontre avec des fournisseurs.
- Données de base sur l'alimentation (impact, label, chaîne de production, etc.).
- Proposition de menus sur une semaine, intégrant les différentes demandes (local et de saison, végétarien, équilibré, préférences des clients, valorisation des bas-morceaux, etc.).
- Plaisir et découverte (par exemple par la réalisation de nouvelles recettes).

A l'avenir, il serait intéressant d'intégrer ces notions dans le **curriculum de formation initial** des cuisiniers (CFC). Un lobbying commun des porteurs de projet auprès des instances pédagogiques de chaque canton, ou auprès de la Confédération, pourrait être porteur.

**A consulter** : Programmes de formation, matériel pédagogique, liste des partenaires pour l'organisation des cours (VS, VD, Lausanne).

### Thème 4 : Communication

Que les démarches soient obligatoires ou volontaires, l'énergie à investir dans les contacts directs et la communication est autant importante (voir aussi thème 1).

La diffusion d'information et la sensibilisation devraient s'adresser à **différents publics de manière spécifique et ciblée**: responsables politiques de collectivités, responsable de gestion des collectivités, responsable des achats, cuisiniers, clients des restaurants, producteurs et fournisseurs. Il est important de valoriser la démarche dans son ensemble pour créer un sentiment d'appartenance.

**Plusieurs démarches** ont été initiées en Romandie : Campagne globale « Nous travaillons avec les produits de la région ! », réunissant agriculteurs-producteurs, transformateurs, détaillants, restaurateurs privés et collectifs, puis familles ambassadrices (JU-JuBe) ; lettre du Conseil d'Etat aux EMS et rencontre pour cuisiniers et producteurs (VD) ; « Du blé au pain » et « De la fourche à la fourchette » pour les apprentis de l'Ecole d'agriculture (VS), plusieurs initiatives pédagogiques (Ville de Genève).

**A consulter** : description des projets et matériel (JU-JuBe, Ville GE, VS, VD).

**A venir** : « boîte à outils » pour les établissements (VS), campagne de communication de Lausanne (vidéo, livre, exposition).

A l'avenir il serait intéressant de mutualiser le développement de certains outils de communication coûteux (par exemple vidéos, expositions).

## **TABLE-RONDE AVEC DES FOURNISSEURS ET CHEFS DE CUISINE**

### **Groupe Walker**

Réunion de 3 entreprises : Walker fromagerie à Bitsch, Brasilona viande à Martigny et Bianchi légumes dans le Haut-Valais. Le groupe couvre toute la Suisse romande, avec 2'000 clients dans les EMS et hôpitaux, la grande distribution, l'industrie et les écoles hôtelières.

La mise à disposition de produits locaux est au cœur de la stratégie. Pour les produits suisses ou importés, dont l'entreprise doit disposer dans son assortiment, la traçabilité est souvent un problème, les fournisseurs ne sont pas toujours en mesure de fournir l'information. L'entreprise se sent encore isolée lorsqu'elle pose ce genre de question.

### **Gilles Fragnière – Chef de cuisine au Home Les Crêtes à Grimisuat**

Suite à la signature de la charte proposée par l'Etat du Valais, le Home a changé deux fournisseurs qui n'ont pas voulu s'adapter. Le processus de recherche et de changement de produits est progressif (herbes aromatiques, poulet, œufs, fruits de saison mais aussi congelés, pâte à gâteau au beurre, etc.) et prend du temps.

Constats :

- Prix : Il faut prendre en compte l'ensemble des coûts (par exemple, les pertes et déchets sont valorisés en biogaz).
- Approvisionnement : Difficulté d'accès des petits producteurs. Il serait intéressant de disposer d'une plateforme de livraison.
- Provenance : Local ne veut pas dire valaisan mais régional-romand, il faut savoir rester ouvert.
- Visibilité : Un label serait intéressant pour communiquer et valoriser le travail des cuisiniers.
- Formation : La question des produits locaux et de saison devrait être abordée dans le cursus de formation des cuisiniers.
- Politique : Etoffer la volonté politique pour développer une prise de conscience.
- Motivation : Une nouvelle dynamique s'est créée en cuisine, « on s'éclate » !

### **Gérald Cordonnier – Chef de cuisine à la SUVA**

Intéressé par la démarche et les réflexions proposées par l'Etat du Valais, Gérald Cordonnier ne souhaite pas être limité ou imposé dans son travail. Pour le moment, il a préféré s'engager dans une démarche indépendante avec Beelong. Pour lui, travailler avec des produits locaux comporte des points forts et des points faibles :

Avantages :

- Travailler avec des producteurs connus et favoriser l'économie locale.
- Travailler avec des choix limités pousse à l'innovation et augmente le plaisir de cuisiner.
- Engager une démarche volontaire positive.
- Eviter les transports.

Inconvénients :

- Travailler avec des produits locaux limite l'emploi de produits exotiques et ainsi la découverte (cuisine exotique). Il est important de trouver l'équilibre entre local et global.
- Les fournisseurs ne sont pas au point avec la notion de provenance (pas clair !).
- Travailler avec des produits frais impose une masse de travail plus importante (notamment pour la 4<sup>ème</sup> gamme utilisée en hôpital). Cela nécessite d'autres

infrastructures, des ressources humaines et du matériel plus conséquents, donc des investissements.

- Il est difficile de s'approvisionner en produits bio et labellisés « régional ».

A faire :

- Développer des catalogues de produits.
- Privilégier la formation des chefs et de leur équipe ainsi que et la sensibilisation des clients.

## **Discussion**

Communication :

Il existe un intérêt pour une sorte de « marque » (à ne pas confondre avec un label de plus) qui pourrait permettre de communiquer la démarche « produits locaux » entreprise par les établissements partenaires. Il y a également un travail de conviction important à faire auprès des cuisiniers et il passe par la valorisation et la visibilité de leur travail. La communication est à développer dans ce sens.

Réflexion en cours sur Ju-JuBe : utilisation du terme de « partenaire-terroir » pour qualifier les utilisateurs des produits régionaux labellisés (magasins, restaurants privés et collectifs). Cette démarche est également en cours au sein de Pays-romand pays gourmand, association regroupant l'ensemble des marques régionales romandes. Attention à ne pas créer une démarche en parallèle.

Prix et temps de travail :

Lors de la mise en place d'une démarche favorisant les produits locaux, une réorganisation des fonctions dans la cuisine, ainsi qu'un investissement pour adapter les outils au travail de produits bruts en cuisine sont nécessaires. La démarche implique également du temps de travail supplémentaire pour le chef de cuisine car il doit notamment trouver de nouveaux produits, travailler avec les fournisseurs et adapter ses menus.

Pour éviter d'augmenter les prix ou les budgets, une réflexion globale sur les menus et l'organisation du travail est nécessaire. Il s'agit d'une démarche globale. Des solutions existent (par exemple : réorganisation du travail sur l'ensemble de l'établissement et sur l'année pour éviter « les temps morts », créativité dans les recettes, remplacement de la viande par des protéines végétales, menu végétarien périodique, chasse au gaspillage, valorisation des déchets, ...). Selon les expériences de Lausanne ou Genève, c'est possible tout en respectant les besoins des différents clients, de l'adolescent au bûcheron, en passant par les enfants. Une démarche progressive et une bonne communication sont importantes pour faire évoluer les attentes et les habitudes. Fournir « moins mais mieux » est un argument qui parle aussi aux fournisseurs, car l'amélioration de la qualité valorise leur travail.

## SUITES DE LA JOURNÉE

La **poursuite des échanges entre coordinateurs** de projets romands en interne et en petit comité est souhaitée. La prochaine rencontre sera portée par l'UDD Vaud dans le cadre de son engagement pour Coord21. En parallèle, des rencontres de pair à pair sur des thèmes spécifiques serait utiles, elles sont plutôt à organiser dans chaque région avec les acteurs locaux.

La **communication** est ressortie comme un besoin fort tout au long de la journée. Ce pourrait être un thème à approfondir lors de prochaines rencontres dans la perspective de **mutualiser les efforts** entrepris ou à entreprendre dans ce domaine.

La **synthèse de la journée d'échanges sera diffusée** à l'attention des autres cantons et communes de Suisse romande sur la plateforme de Coord21, ainsi que par chaque participant dans le cadre de son réseau.