


À toute vapeur pour la cuisine Bourgeon?

Le resto-vapeur de Bio Suisse sera-t-il bientôt remis à flot? À part pendant les années 2002 à 2004, les deux modèles «Cuisine Bourgeon» et «Cuisine avec produits Bourgeon» proposés par Bio Suisse n'ont jamais vraiment décollé. Il y a pourtant des restaurants qui réussissent bien avec le Bourgeon! Bio Suisse fait de nouveaux efforts pour redonner vie à ce projet vieux de dix ans.

Le concept de Bio Suisse pour la restauration et ses deux niveaux d'utilisation du Bourgeon existent depuis maintenant dix ans, donnant le choix entre l'utilisation de certains ingrédients Bourgeon ou la préparation de mets complètement Bourgeon. Exit les condiments en poudre: le glutamate et autres renforçateurs de goût sont bannis des cuisines avec produits Bourgeon au même titre que les produits transgéniques ou irradiés, et même les micro-ondes sont tabou. Les restaurants qui se font certifier selon ce concept ne peuvent mentionner le Bourgeon que sur la carte des mets, et seulement de manière générale, par exemple de la manière suivante: «Nous utilisons exclusivement de la viande de bœuf », ou aussi comme ça: «Les légumes suivants sont de qualité Bourgeon: carottes, tomates, ...».

Les restaurants qui ont choisi le concept Cuisine avec produits Bourgeon ne peuvent pas faire davantage de publicité avec le Bourgeon, donc ni l'afficher à l'entrée ni l'imprimer dans un prospectus.

Objectif: 100 pour-cent bio

Seuls les restaurants qui s'astreignent à

gérer une cuisine entièrement Bourgeon peuvent utiliser librement le label Bourgeon dans leur communication publicitaire. Ils doivent pour cela utiliser au minimum 50 pour-cent de matières premières Bourgeon et en tout au moins 70 pourcent de produits bio, et la viande doit toujours être de qualité Bourgeon (sauf le gibier).

Le principe et le but de la cuisine Bourgeon est bien sûr d'utiliser 100 pour-cent de produits bio. Les 30 pour-cent de marchandise non bio doivent donc être autorisés (partie C de l'Ordonnance bio ou «Liste blanche» de Bio Suisse) mais ne sont utilisés que lorsque les matières premières en question ne sont pas disponibles en qualité bio.

Le projet Restauration de Bio Suisse a piétiné, tant il est vrai que, à la fin des années nonante, le marché bio n'était encore de loin pas ce qu'il est maintenant – ni du côté de la demande ni du côté de l'offre. Aujourd'hui cependant, à part pour quelques exceptions exotiques, il n'y a quasiment plus de problèmes pour trouver les matières première bio et/ou Bourgeon. Il semble donc qu'il devrait être possible de créer une demande suffisante, du moins dans les villes et les agglomérations.

Plutôt encourageant

On avait pu penser entre 2002 et 2004 que le Bourgeon allait faire sa percée dans la restauration – au moins aussi bien que sur le reste du marché des denrées alimentaires.

Lors de l'Expo 02, la Coop avait brillé avec son restaurant «Biotavola», et la même année elle ouvrait 127 de ses restaurants au concept Cuisine avec produits Bourgeon.

En 2003, Vreni Giger, du Jägerhof de St.-Gall (17 points Gault et Millau, 1 étoile Michelin), est couronnée cuisinière de l'année – de la haute gastronomie en Cuisine Bourgeon!

Pendant ce temps, d'autres pionniers de la cuisine Bourgeon mettaient leurs

projets sur pied, comme Renato Blättler du «Neuhof» de Bachs ZH et l'hôtelier Ra-fael Biner à Zermatt. Le restaurant du personnel de la chaîne de télévision suisse allemande DRS, la cantine de l'EPFZ et SV-Service, la plus grande entreprise suisse de restauration collective, passent en Cuisine avec produits Bourgeon.

Le moteur et l'icône de cette éclosion gastronomique du Bourgeon était Cordelia Galli, alors responsable du marketing de Bio Suisse. Elle voulait de la qualité bio contrôlée «du champ à l'assiette», et elle a vu la chance offerte par les nombreuses assiettes servies dans la restauration: Galli écrivait en 2004 dans une brochure sur la restauration Bourgeon que les produits bio avaient conquis une place attirée dans les frigos et les casseroles des Suisses et des Suissesses, et que ce qui va de soi à la maison recèle aussi un gros potentiel de développement dans la gastronomie et restauration collective.

Quand les passagers célèbres quittent le navire

Et pourtant, quelques années plus tard il ne restait rien de cette atmosphère enthousiaste des grands départs.

SV Suisse, ainsi que les cantines de la DRS et de l'EPFZ, ont abandonné la cuisine avec produits Bourgeon... l'EPFZ ne propose plus qu'un seul menu bio dans un seul de ses treize restaurants et snacks.

Quant à la collaboration qui s'esquissait avec le programme «Goût Mieux» (sic!) du WWF (encore moins exigeant que la Cuisine avec produits Bourgeon, donc plus attractif pour les nouveaux-venus), elle s'est évaporée elle aussi.

Les obstacles au démarrage étaient et sont encore certainement assez importants: Le concept de restauration Bourgeon restreint quelque peu la liberté d'entreprise, les achats prennent plus de temps et sont (même si on utilise judicieusement les prix de saison) sensiblement plus chers que dans le secteur conventionnel, le contrôle et la certification engen-

Vatter, un absent de marque

L'entreprise Vatter Gastro AG, qui fait partie du «Vatterland» du pionnier bernois du commerce biologique Thomas Vatter, renonce à toute certification selon l'un ou l'autre des modèles proposés par le Bourgeon, donc le restaurant et le service traiteur n'utilisent pas le Bourgeon. Le bio actualités a voulu savoir pourquoi. Extraits de la réponse que nous avons reçue:

«Le concept Cuisine avec produits Bourgeon est intéressant au début de la reconversion bio d'un restaurant, mais Vatter est beaucoup plus loin. [...] Vatter est à bon droit associé à "100 % bio". [...]

Goût Mieux nous a démontré la force de son engagement pour la restauration. Goût mieux offre à la restauration une plate-forme de communication. En revanche, Bio Suisse n'a jamais lancé aucun concept complet de restauration, je veux dire un concept qui accorde l'attention nécessaire à des aspects comme l'achat des matières premières, la logistique, l'assurance-qualité et le marketing.»

Matthias Wiesmann, CAdm Vatter Gastro AG



La cuisine Bourgeon du restaurant «Adlergarten» à Schattdorf UR – cf. la description de l'entreprise aux pages 6 et 7.

Photo: Ilona Schmid

drent aussi des surcoûts, et Bio Suisse ne pourrait jamais lancer une grande campagne publicitaire ou soutenir efficacement la communication des entreprises.

Plutôt décourageant

L'ensemble du projet de restauration Bourgeon tanguait sur les flots: Après le départ de certaines personnes, Bio Suisse n'a plus jamais repourvu les postes devenus vacants dans ce secteur, ce qui fait qu'il a manqué de ressources financières et en personnel pour continuer de développer la présence du Bourgeon dans la restauration. Sabine Würth, la responsable de la transformation et du commerce, s'est alors attelée à la tâche ingrate de maintenir en vie ce projet de restauration Bourgeon dans les limites des conditions imposées, c.-à-d. sans pouvoir le faire avancer en poussant les feux comme il le faudrait.

Les quelques rares restaurateurs, hôteliers et cuisiniers qui sont courageusement restés à bord de ce resto-vapeur tanguant auraient bien sûr souhaité bénéficier de plus de soutien et se sont périodiquement plaints du manque d'appui dans le domaine de la communication: l'idée d'une plate-forme publicitaire commune, qui revient sans cesse sur le tapis, serait bel et bien leur principale requête.

Bientôt un nouvel essor?

«Le projet de restauration Bourgeon s'est étouffé par manque de ressources», dit Jürg Schenkel, le nouveau responsable du marketing de Bio Suisse depuis l'été 2006. Lui-même, comme du reste la Direction et le Comité, est convaincu de l'importance de la question. C'est surtout sur le plan de l'image que Schenkel pense que la restauration peut apporter beaucoup au Bourgeon. Bio Suisse a du reste repris l'année passée l'analyse de ce secteur commercial pour ausculter les chances du Bourgeon.

Le marché de la restauration est selon lui un secteur très fragmenté qui comprend d'un côté la restauration traditionnelle qui va du buffet de gare aux grands temples de la haute gastronomie, et deuxièmement le secteur à l'emporter et les self-services, et troisièmement la restauration collective, c.-à-d. les cantines et les cuisines de collectivités. Où Bio Suisse doit-elle frapper, où le Bourgeon a-t-il les meilleures chances? Schenkel pense que la restauration traditionnelle n'est peut-être pas la plus importante du point de vue du chiffre d'affaires mais qu'elle recèle un immense potentiel en termes d'image de marque. Il laisse donc entendre que Bio Suisse se concentrera probablement sur la restaura-

tion traditionnelle en mettant l'accent sur le segment de prix moyen. Pour les autres secteurs, une analyse plus poussée doit être menée pour révéler quels sont les meilleurs points de départ.

«Nous avons toujours saisi les chances qui se présentaient», insiste Schenkel, «même pendant la période de «tanguage», comme tu l'appelles. Bâle compte un nouveau restaurant bio avec Cuisine Bourgeon, le «Bio-Bistro» de Transform, une entreprise du Bürgerspital de Bâle, qui offre des places de travail adaptées aux personnes souffrant d'un handicap. Et nous cherchons de nouvelles formes de collaboration dans le secteur de la restauration, par exemple dans le secteur des produits à emporter.»

Et voilà justement qu'en ce mois de mars 2008, un nouveau «Key Account Manager» (gestionnaire et/ou conseiller des clients essentiels) prend ses fonctions à Bio Suisse et consacrera quelque 20 pour-cent de son poste au secteur de la restauration. «L'ensemble du département du marketing, comme du reste tous les autres départements, soutiendront énergiquement son travail», promet Schenkel.

Markus Bär

Un restaurant bio à l'écart de la route du Gotthard

Engagés mais prudents, Franz Huber et Yvonne Herzog ont lancé un restaurant bio à Schattdorf dans l'Urnerland. L'«Adlergarten» mérite une visite. Un concept d'entreprise surprenant.

Le grand quinquagénaire rayonne de tranquillité et de sang-froid. Aucune trace de stress bien qu'il ne gère pas seulement l'«Adlergarten» mais aussi un commerce de combustibles et de carburants. Franz Huber remarque mon étonnement face à cette combinaison: «Oui, nous sommes des néophytes dans ce domaine, ma femme et moi. Elle nous rejoindra un peu plus tard. Elle est conseillère en entreprise et travaille surtout dans le domaine de la santé.»

Passer de la viande bio à «tout bio»

«L'Adlergarten est-il donc un hobby?», demandé-je. «Eh bien, ça a commencé comme ça...» Mais on a tôt fait de remar-

quer que Franz Huber et Yvonne Herzog agissent par conviction profonde. «Nous voulons allier santé et plaisir de la table, et nous essayons de tout faire très soigneusement, nous ne faisons pas dans l'«amateurisme baba-cool».

Notre duo de «gastrobio» a repris l'Adlergarten en 2002. «Nous avons commencé par ne travailler qu'avec de la viande bio, c'était le principal vu qu'il n'y a pas grand-chose de pire que ces transports de bétail, mais il a vite été de plus en plus difficile d'expliquer aux clients – et à nous-mêmes! – pourquoi le jarret de veau braisé était bio mais que la panna cotta au céleri et à la truffe noire ne l'était pas.»

La cuisine a donc passé complètement en bio au début 2004, et depuis lors elle est

certifiée Bourgeon. «Le segment bio représente tout de même cinq à dix pour-cent des gens, ce n'est pas un marché négligeable!», se sont dit Yvonne Herzog et Franz Huber à l'heure de se lancer dans l'expérience d'un restaurant bio dans la commune uranaise de Schattdorf. Schattdorf est bien placée sur un grand axe, celui de la route du Gotthard, mais c'est surtout du transit. Et c'est dans le canton d'Uri, un territoire vierge de tout magasin bio.

L'Adlergarten ne propose pas de gastronomie de pointe ou *tendance*, mais une cuisine du marché soignée et pleine de fantaisie. «L'apprenti doit pouvoir venir chez nous avec sa première petite amie, mais le *Herr Professor* aussi. Et tous les trois seront traités de la même manière.»

Beaucoup de fourrages grâce aux Mélanges fourragers b.io Mélanges sursemis b.io

Par exemple:

Précoce et à fort rendement: *b.io 4400 Turbo*, le mélange pérenne

Première coupe jusqu'à 2 semaines plus tôt. Excellente répression des mauvaises herbes grâce à la pousse rapide du Turbo-raygras Andrea. Pour toutes les exploitations situées dans de bonnes régions pour la production herbagère, qui mettent l'accent sur des mélanges pérennes à fort rendement.

Eprouvé avec trèfle violet: *b.io 3000 AGFF, Mélange 3 ans*

Mélange universel abondant, donne beaucoup de fourrage appétent même dans les périodes sèches.

Situations sèches: *b.io Luz, Mélange de luzerne 3 ans*

La garantie pour les situations sèches. Fourrage riche en protéine et appétent.

Sursemis: *b.io U-440, Trèfle ou graminée*

Pour l'assainissement de prairies et de pâturages.

b.io semence

Les professionnels bio pour la production fourragère avec le plus grand choix de mélanges fourragers et engrais verts avec partie bio, ainsi que de semences bio pures de graminées et de trèfles. Demandez le nouveau **catalogue de semences b.io 2008**.

Mühle Rytz AG, Agrarhandel und Bioprodukte

3206 Biberen, Tel. 031 754 50 00, www.muehlerytz.ch

Conseiller régional, dépôt:

Franz Sidler, Grosswangen, Tel. 041 980 22 00
Thomas Buser, Märstetten, Tel. 079 233 74 23



biosaatgut
Beratung und Handel
von ökologischem Saatgut

Mühle Rytz AG
Agrarhandel und Bioprodukte

Bassine à lécher*
111 pour bovins
en 10 kg



PROTECTOR

Toute la nutrition animale
pour vos animaux de rente
et de compagnie !

En promotion
jusqu'au 23 mai

Demandez
une offre auprès
de votre fabricant
**PROTECTOR-
BIO régional !**

**Berger Mühle,
Rothachen AG**
3614 Unterlangenegg
033/453.13.13

Brunner AG Mühle
8425 Oberembrach
044/865.01.55

* BIO-compatible,
correspond à la liste
des intrants FIBL



**Tschudi Adolf
Altbachmühle**
5064 Wittnau
062/871.12.19

Moulins Chevalier SA
1304 Cossonay-Ville
021/861.11.42

PROTECTOR
- INFO-TEL -
021 906 15 15
www.protector.ch



Toutes les sauces, soupes, pains et glaces sont maison. L'Adlergarten n'achète qu'un seul produit prêt à l'emploi, les frites, car les essais de fabrication maison n'avaient pas été très concluants.

«À lui seul, le bio ne peut pas remplir un restaurant»

La plupart des clients ne viennent pas spécialement pour la cuisine bio mais parce qu'ils trouvent l'Adlergarten sympathique et qu'ils aiment sa cuisine, et les jeunes sont surtout attirés par les pizzas.

«Le chef de cuisine est plus important qu'être bio ou non. À lui seul, le bio ne peut pas remplir un restaurant», affirme Franz Huber: «Il faut une équipe motivée, de la créativité, de l'amabilité, une qualité constante.» Et, petit à petit, il se dit parmi les consommateurs bio de régions assez éloignées qu'il y a dans une petite commune inconnue du canton d'Uri un restaurant bio qui vaut le détour, et certains sortent de l'autoroute (ou descendent du train à Flüelen) pour aller manger à l'Adlergarten. Il y a aussi, pour environ 60 francs avec petit-déjeuner, quatre chambres simples qui attirent surtout les cyclistes en été.

L'Adlergarten achète 90 pour-cent de sa viande à des fermes bio du coin. «Notre boucher se fait certifier bio à cause de nous.» Et leur principal fournisseur de légumes est un maraîcher du lieu. «Acheter et transformer ici pour conserver la valeur ajoutée dans le canton d'Uri» est important pour Franz Huber.

Le personnel prend la barre

Le traitement du personnel est remar-

Dans le prochain numéro: Le Guide de la restauration Bourgeon

Une vue d'ensemble de toutes les entreprises de restauration – hôtels, bistrotts, restaurants, centres de cure et de formation – qui cuisinent Bourgeon paraîtra dans le bio actualités du mois d'avril. Ceux qui voudraient déjà faire la fête avec un banquet bio ou fournir un repas bio aux participants d'un séminaire trouveront la liste actuelle des restaurants Bourgeon sur www.bio-suisse.ch > Consommateurs > Les adresses des tables bio.

Le bio actualités d'avril présentera aussi deux autres portraits d'entreprises avec Cuisine Bourgeon: un hôtel dans une châtaigneraie et une cuisine ambulante qui se déplace à la rencontre de sa clientèle.

mb



Photo: Markus Bär

Manger à l'«Adlergarten»: en famille à la pizzeria ...

quable. L'entreprise comprend trois cuisiniers professionnels, un pizzaiolo formé, un apprenti et six serveuses et serveurs dont le taux d'emploi varie entre 60 et 100 pour-cent. Toutes ces personnes devant cependant pouvoir tout faire, une rotation les fait passer partout: au service, au buffet, à la cuisine et au four à pizzas. «Cela renforce la compréhension mutuelle, car tous doivent être attentifs à ce qui se passe partout», explique Huber. Et même s'il n'y a pas de chef de rang mais des responsables des diverses charges, elles aussi sont soumises au principe de la rotation des fonctions.

L'Adlergarten accorde aussi beaucoup d'importance au perfectionnement: tous suivent chaque année une formation continue. Cette année, elle portera sur le conseil en diététique. L'entreprise paie les cours et le personnel donne son temps.

Et même si la rotation d'un poste à l'autre est de mise, Huber veut que son personnel cherche ici plus qu'un simple job. En effet, Huber prévoit – et c'est son objectif déclaré – qu'un jour la boutique sera reprise par le personnel. Tous le sa-

vent, et tous connaissent les chiffres de l'entreprise. Vu qu'elle doit payer deux pour-cent de location de moins, elle peut aussi payer deux pour-cent de plus que les salaires usuels de la branche.

Pas étonnant qu'il y ait si peu de changement de personnel et que l'ambiance de l'équipe soit si bonne. Les clients le sentent bien.

Yvonne Herzog et Franz Huber révèlent d'ailleurs volontiers le petit secret de l'Adlergarten: «Nous avons le privilège de ne pas devoir vivre de la restauration.» Mais ce duo pas comme les autres démontre tout de même que, un restaurant labellisé Bourgeon dans un bourg de 4800 âmes sans tourisme et où la plupart des gens rentrent encore à midi pour manger à la maison, ça peut marcher.

En effet, après deux années de subventionnement croisé assuré par les Luber-Herzog, l'entreprise est maintenant financièrement autonome. Bon, il y a quand même encore une petite subvention croisée: le couple directorial à temps partiel ne perçoit aucun salaire!

Markus Bär



Photo: Markus Bär

... ou plus festivement au grotto.