

Liquides multicolores pour soif verte

Coca et Pepsi bientôt ringards? Les ice teas, limonades et autres boissons énergétiques à base de produits bio sont tellement à la mode sur le marché des boissons novatrices qu'on ne les appelle plus des boissons mais par exemple des «Natural Power Fluids». Elles s'imposent parce qu'elles ne rincent pas seulement le gosier mais aussi l'âme. En Allemagne, une boisson bio est même récemment devenue LA boisson populaire en vogue. La Suisse y travaille, et le Bourgeon vient de modifier ses critères pour faciliter le lancement des nouvelles boissons sucrées.

Avec sa teneur en sucre de 17 grammes par litre, le Coca-Cola est depuis longtemps considéré comme le péché absolu par les cercles épris de santé. Puis les frontières entre le bien et le mal se sont un peu estompées. Le grand classique des boissons US a des frères et sœurs aussi voire plus sucrés que lui – même en bio. Évidemment, le fait qu'il y ait maintenant des boissons énergétiques bio – dont certaines ont le Bourgeon – qui contiennent 120 grammes de sucre par litre, donc tout de même vingt-quatre morceaux de sucre, ne transforme toujours et de loin pas le Coca-Cola en boisson wellness.

Dans le monde entier, les eaux minérales et les boissons sucrées sans alcool représentent un marché extrêmement dynamique sur lequel se retrouvent un nombre toujours plus petit de grands groupes comme Nestlé, Coca-Cola, Carlsberg, Heineken ou Red Bull, dont la soif de

conquête est toujours plus inextinguible. Paradoxalement, c'est justement cette domination des grands trusts qui, comme on le voit bien sur le marché de la bière, donne des ailes à de plus en plus de petites sociétés jeunes et dans le vent et leur ouvre les écluses du marché des boissons.

L'énergie du Holderhof

C'est dans sa ferme de Niederwil SG, où il cultive du sureau depuis la fin de sa formation agricole il y a huit ans, que Christof Schenk crée ses nombreuses nouvelles boissons. Avec les fleurs et les fruits de sureau de la ferme et avec des fleurs et des plantes achetées à l'extérieur, Schenk a développé le riche assortiment de produits du Holderhof, dont le nom est dérivé de Holunder, qui veut dire sureau en allemand. Assortiment riche et diversifié à plusieurs égards: les boissons rafraîchissantes au sureau sont fabriquées à double,

d'un côté sous la marque «Sambus» pour le marché conventionnel et de l'autre sous le nom «Sambuco» pour le marché bio – mais sans le Bourgeon. Schenk a d'ailleurs gardé la même stratégie pour les sirops de sureau, de monarde et de diverses sortes de menthe.

C'est avec sa boisson «Bio Botanic Energy Drink», qui fait partie de la ligne Naturaplan de la Coop, que Schenk a trouvé à la fois la voie qui mène au Bourgeon et l'art de nous requinquer – comme le dit la publicité. Cette première boisson énergétique labellisée Bourgeon est fabriquée avec divers extraits de plantes, du guaraná pour l'apport de caféine, et bien sûr du sucre, du sucre bio, à raison de 120 grammes par litre!

Le groove du jodel

Bien qu'elle soit très sucrée, la composition de ses extraits de plantes confère à

Boissons sucrées: Le Bourgeon révisé ses directives

Puisque le secteur des boissons est actuellement très novateur même pour les produits bio et que les directives du Bourgeon pour la fabrication des limonades et des thés étaient trop restrictives, Bio Suisse a révisé sa réglementation pour ce groupe de produits. Elle a donc sorti un mémo qui se trouve sur son site www.bio-suisse.ch. La protection du consommateur contre les tromperies reste la première priorité. Le potentiel de tromperie est cependant assez faible dans le cas des limonades et des thés froids: personne ne s'attend à ce qu'un thé froid à la pêche soit essentiellement constitué de jus de pêche. On peut donc tolérer certains assouplissements pour ces produits sans remettre en question le principe de l'exclusion des tromperies qui est valable pour les produits Bourgeon.

Les boissons Bourgeon ne peuvent contenir aucun arôme, mais seulement des extraits. Les listes d'ingrédients des boissons sucrées mentionnent en effet le plus sou-

vent «arômes naturels». Mais à quel point sont-ils naturels? Arôme naturel signifie simplement que la fabrication de l'arôme n'est pas purement chimique. Il ne doit cependant pas provenir de la matière première nominative (qui donne son nom au produit) mais d'une matière première naturelle au sens le plus large de ce terme. Les substances problématiques comme les solvants et les extractants peuvent intervenir dans leur fabrication et laissent souvent des résidus dans les produits finis. La fabrication des arômes peut même faire intervenir des microorganismes génétiquement modifiés. Le Bourgeon n'autorise quant à lui que les extraits des matières premières nominatives (p. ex. extrait de framboise pour donner une note gustative framboisée).

L'utilisation de concentrés est autorisée pour les boissons sans alcool, mais la dilution de concentrés reste interdite pour les jus de fruits.

La coloration n'est autorisée que si les in-

grédients colorants ne sont pas étrangers au produit. Le jus de betterave rouge n'a donc rien à faire dans un thé froid, mais le cynorrhodon oui. Le caramel et le malt colorant sont autorisés dans ce type de boissons parce qu'ils ne sont pas étrangers au produit vu qu'on s'attend à ce que ces boissons contiennent du sucre.

Si on donne l'impression qu'il y a du jus de fruit dans un produit, il doit vraiment en contenir! Une limonade au citron doit donc contenir du jus de citron...

La teneur en sucre n'est soumise à aucune restriction, et l'utilisation d'édulcorants alternatifs comme le sucre de canne brut, les sucres de fruits, le miel, le sirop d'érable ou le concentré d'agave est souhaitée mais pas obligatoire. Les édulcorants artificiels sont par contre totalement exclus.

Le Bourgeon pourra aussi être octroyé à des thés froids instantanés en poudre.

Les directives de Bio Suisse interdisent les boîtes en aluminium.

Jürg Hauri/als

cette boisson une action originale par rapport aux autres energy drinks. Et même l'emballage est novateur: vu que le Bourgeon n'autorise pas les cannettes en aluminium, l'emballage est une boîte en carton laminé de type Tetrapak. Cet emballage ne permet cependant pas de rajouter du gaz carbonique, ce qui pourrait être un désavantage.

Mais ça n'empêche pas le Holderhof de rester pragmatique: pour d'autres créneaux commerciaux, il fabrique une boisson quasiment identique mais gazéifiée et vendue dans des cannettes en aluminium. Sans le Bourgeon, mais sous sa propre ligne commerciale «Alpenyod'l». Schenk veut que cette «source naturelle d'énergie» pénètre dans les Landi, les stations-services et les grands distributeurs de toute l'UE.

Une autre boisson énergétique à base d'extraits de plantes, autrichienne cette fois, arbore plusieurs labels bio mais pas le Bourgeon. Son goût n'est pas très différent de celui de ses modè-

les conventionnels Red Bull, Prix Garantie ou M-Budget. Elle doit sa formule et son nom, «Groove», à des fêtards épris de santé qui l'ont développée en 2005 pour la vendre dans les magasins bio. Il ne s'en vend d'ailleurs pas des masses, tant il semble que la clientèle des magasins bio ait dans notre pays d'autres priorités quand elle fait ses emplettes. Et «Groove», avec une teneur en sucre de douze pour-cent, est aussi un truc plutôt collant.

Inamovible donc, le sucre? La Migros a décidé de prouver le contraire avec sa propre boisson énergétique biologique édulcorée avec du concentré d'agave. Composition: deux tiers d'extrait de thé (hibiscus et thé noir), un tiers de jus de fruits (pomme, araza, camu-camu, açai et limette) et de l'extrait de guaraná. Cette boisson est aussi vendue en berlingots de carton laminé.

Garçon, trois Fritz bien frais!

«Fritz» mise aussi sur la douceur de l'agave. Édulcorée avec 4 à 7 pour-cent de jus d'agave, cette ligne de thés froids développée par Bio Partner Schweiz AG est déclinée cette année en trois saveurs: «Menthe odorante», «Rooibos-Passion» et «Classic». «Fritz» promet un «rafraîFRITZ-ement maximal», un slogan qui n'avait déjà pas été simple à construire en allemand... Pour la petite histoire, la marque devait à l'origine s'appeler «max.frisch» et tous les jeux de mots devaient tourner autour de frisch, frais en allemand, et faire référence à la fraîcheur d'esprit un peu insolente du célèbre écrivain suisse... mais la Max Frisch Archiv était intervenue... c'est donc finalement sous la marque «Fritz» que cette nouvelle «boisson rafraî-FRITZ-ante» sera vendue par la «troisième force» du marché biologique suisse, c.-à-d. dans les magasins bio.



ALPENYOD'L
BIO
ENERGY DRINK
www.alpenyodl.ch

Le thé de ma mère

Bruno Schiess et sa jeune entreprise zurichoise «Chaya», liée à la société des jus de fruits «Zamba», pêche dans les mêmes eaux que «Fritz». «Zamba» et «Chaya», qui emploient aujourd'hui 35 personnes, ont été créées il y a quelques années par de jeunes diplômés. Les quatre théés froids portent le même nom que leur fabrique. «Chaya» est une ligne de théés froids à base de plantes aromatiques fraîches très faiblement sucrés avec du concentré d'agave: d'après Schiess, la conversion mathématique du jus d'agave en sucre montre qu'ils sont trois fois moins sucrés que les théés froids habituels.

«Nos produits sont conçus pour des gens qui ne boivent pas du tout de théés froids parce qu'ils les trouvent trop artificiels et trop sucrés», explique Bruno Schiess. «Les meilleurs théés qu'on puisse imaginer sont ceux que nos mères nous donnaient quand on partait en course d'école. C'est ce genre de goûts que nos produits doivent rappeler. Logique donc que les produits de «Chaya» s'appellent par exemple «Fresh Tea» au lieu d'«Ice Tea». Les quatre orientations gustatives disponibles sont Classic, Alp Tea, Chaï

et Paradise. Bruno Schiess distribue Chaya par les mêmes canaux que les jus «Zamba», c.-à-d. dans les restaurants, les bars, les take-aways et quelques boulangeries dans les zones urbaines. «Chaya» a le Bourgeon depuis ce printemps, et nos jeunes entrepreneurs aimeraient suivre la même voie avec «Zamba».

Des Valaisans précurseurs

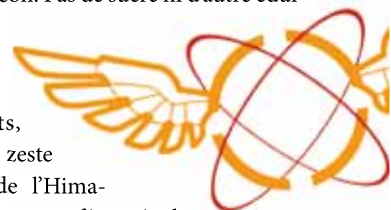
La mode des soft drinks bio a été lancée par l'«Alp Tea», le produit précurseur de Vallait AG à Sierre VS. Voilà plus de dix ans que cette société recourt à des procédés traditionnels pour faire infuser des hectolitres à la fois de thé aux plantes Bourgeon: menthe poivrée, alchémille, plantain, verveine... L'Alp Tea, qui ne contient que 4,5 pour-cent de sucre, est vendu avec le Bourgeon en Tetrapak dans les magasins bio, en grand à la Coop (4 sortes), et même à la Migros (2 sortes).

Fini les drinks, voici les fluids

Tout à fait tendance mais sans sucre ni guaraná, une jeune pousse romande nommée Storms avait lancé un premier produit nommé «Storms One» qui n'a jamais vraiment percé parce qu'il remplaçait le

sucré par la stevia, une plante interdite depuis quelques années et devenue depuis lors pomme de discorde entre Storms et les autorités. La deuxième création, «Superschorle», ne craint aucun obstacle de ce genre: elle ne contient que du jus de pomme, du jus de citron et de l'eau, plus du jus de cassis pour la version... cassis. Tout sauf l'eau provient de l'agriculture biologique, mais le produit n'a pas (ou pas encore) le Bourgeon. Pas de sucre ni d'autre édulcorant parmi les ingrédients, mais un zeste de sel de l'Himalaya pour conférer à la Superschorle son originalité et la transformer en boisson pour sportifs. Vous avez dit boisson? Ringard! Les drinks sont out, les boissons Storms sont des «Fluids».

La recette des «Fluids» semble marcher, du moins chez Yardo: Au hit-parade du mois de mai du supermarché bio de St.-Gall, la Superschorle est au top ten général, et au premier rang des boissons, devant «Fritz» et «Bionade».



UFA

Des céréales au meilleurs prix

grâce au compte marchandise UFA

- jusqu'à 10% de plus que le prix marché
- prise en charge garantie
- pour exploitations bio «Le Bourgeon» (y.c. reconversion)

Déclarez dès maintenant vos céréales bio à la LANDI

www.ufa.ch

Dans votre LANDI

- ▶ Bases, formation et perfectionnement
- ▶ Reconversion, directives, intrants, adresses
- ▶ Cultures fourragères et grandes cultures
- ▶ Maraîchage, plantes aromatiques et ornementales
- ▶ Arboriculture, petits fruits, vigne
- ▶ Production animale, santé animale
- ▶ Économie, marché, statistiques
- ▶ L'agriculture biologique internationale
- ▶ Études du FiBL

Tout trouver d'un seul clic!

▶ Choisissez parmi les 320 publications disponibles.

www.shop.fibl.org

La légende Bionade

Un succès légendaire a couronné les efforts commerciaux déployés pour la boisson bio allemande «Bionade», qui est passée au cours de la dernière décennie du statut de boisson confidentielle de la «scène» hambourgeoise à celui de boisson populaire allemande. La «Bionade-story» se lit comme un conte: En 1995, le brasseur Dieter Leipold met au point ce rafraîchissement bio pour sauver la brasserie familiale bavaroise «Peter Brauerei» de la faillite. La recette repose sur le procédé Kombucha, une fermentation du malt qui produit de l'acide gluconique au lieu d'alcool. L'inventeur a ensuite enrichi ce kombucha de base par quatre orientations gustatives: gingembre-orange, sureau, litchi, plantes aromatiques. Cette limonade a tout d'abord eu du succès dans les cliniques de cure et les clubs de fitness, jusqu'à ce qu'un marchand de boissons en fasse la boisson à la mode dans les cafés et les bistrotts de Hambourg.

Il se pourrait qu'une des raisons du succès de la «Bionade» soit la présentation de cette boisson sans alcool dans des bouteilles de bière en verre classiques de 33 cl, un truc simple pour lui ouvrir les portes de toute la distribution allemande – jusqu'à celles, à fin 2006, des wagons-restaurants de la Deutsche Bahn.

Les chiffres de l'ascension fulgurante de la Bionade sont aussi réjouissants que la boisson est rafraîchissante: de deux millions de bouteilles vendues en 2003, le marché a littéralement explosé pour passer à deux cents millions de bouteilles en 2007.

Se rincer le gosier et l'âme

Kombucha est considérée comme une boisson saine sans qu'on sache très bien d'où elle vient ni de quand elle date. La fermentation obtenue grâce à une symbiose de diverses levures et bactéries acidifiantes produit de l'acide acétique, de l'acide lactique, d'autres acides organiques et des enzymes. L'effet positif sur la santé humaine attribué au Kombucha est paraît-il utilisé depuis des siècles et tirerait ses origines dans la cuisine chinoise. Il est pourtant plus vraisemblable que cette méthode de fermentation vienne de Russie ou de Pologne et qu'elle date plutôt du début des temps modernes, vu qu'elle aurait été pratiquement impossible à mettre au point avant que le sucre soit devenu un produit facilement disponible. Le nom est quant à lui plus ancien et tire ses racines du Japon où il désigne un thé aux algues.



Même le géant autrichien des boissons Red Bull a reconnu les vertus thérapeutiques du kombucha – à tout le moins en ce qui concerne son influence sur le succès de l'entreprise – et a créé la marque «Carpe Diem», qui se donne une image bio mais sans avoir de label bio. Après une allusion

à la production bio on cherche la suite en vain, mais (heureusement?) les publics cibles se chevauchent: «Carpe Diem» purifie les corps et les âmes de nos contemporains citadins affamés de wellness et qui n'achètent pas là une simple boisson mais désirent recevoir en même temps, comme un mode d'emploi, la philosophie: «Carpe Diem – Tire consciemment le meilleur de chaque jour, car aujourd'hui est le premier jour du reste de ta vie.»

De l'Ordonnance bio ou du Bourgeon, lequel a la réglementation la plus juteuse?

Selon l'Ordonnance bio, une limonade ne peut pas être déclarée comme bio parce que l'eau ne fait pas vraiment partie du processus de production. Une possibilité consiste à écrire par exemple «limonade avec sucre bio». Les thé et les kombuchas peuvent par contre être déclarés bio. Bio Suisse est un peu plus généreuse sur ce point puisqu'elle accepte que les limonades aient le Bourgeon.

Le Bourgeon est par contre plus strict pour les colorants et les arômes que l'Ordonnance bio, qui autorise les colorants et l'utilisation d'arômes naturels: Bio Suisse n'autorise que des extraits. Les matières premières des boissons sans alcool labellisées Bourgeon sont produites selon des directives plus strictes: principe de la globalité, interdiction des transports aériens, exigences agricoles plus sévères. jh/als

Un kombucha appenzellois

«Bionade» est aussi toujours plus facile à trouver en Suisse: dans les gares, les magasins bio et à la Coop. Ce groupe familial bavarois qui tutoie le succès semble pouvoir se passer du Bourgeon – sa propre marque est suffisamment forte. Ce qui n'empêche pas «Bionade» de réveiller l'esprit de concurrence des Appenzellois: la brasserie Locher, qui sait très bien comment on établit ses propres produits sur le marché, lance cet été une nouvelle limonade au kombucha – avec le Bourgeon. On la trouvera à la Coop sous le nom de «Gazosa», déclinée en une palette gustative qui devrait rappeler quelque chose aux fans de la «Bionade»: Orange sanguine – gingembre, Sureau – cynorrhodon, Aux herbes. La Place du Marché des boissons biologiques rafraîchissantes sera donc des plus animées ces prochains temps.

Alfred Schädeli