



Fait Maison

« Le label des restos qui cuisinent »

Après plus de deux ans d'activité, entretien-bilan avec Carine Rouge, chargée de projet pour le petit label qui monte.

GastroSuisse, La Fondation pour la promotion du goût, Slow Food CH et la Fédération romande des consommateurs (FRC) réunis sous l'association Promotion du Fait maison, ont lancé le label Fait maison en 2017.

Quel est son cahier des charges ?

Un plat est considéré comme « fait maison » s'il est cuisiné entièrement sur place à partir de produits bruts et traditionnels. Si un produit ne répond pas aux exigences du cahier des charges, il est signalé sur la carte par un astérisque. Un contrôle inopiné a lieu en moyenne chaque année: le contrôleur vérifie la carte et fait un tour en cuisine, économet et chambre froide.

Qui peut y prétendre ?

Il s'adresse à tous les restaurateurs de Suisse romande, mais notre volonté est de le déployer en Suisse alémanique. À ce jour, nous avons 255 restaurants labellisés et environ 70 demandes en cours. Le canton de Vaud en compte le plus avec 124 restaurants labellisés et plus de 20 dossiers en cours.

Y a-t-il un quota maximum d'astérisques ?

Non. Comme c'est un label volontaire, les restaurateurs qui le demandent pratiquent déjà très souvent le « fait maison » et peu d'astérisques sont constatés. On en retrouve parfois pour les glaces, les frites ou la mayonnaise, ce qui assure une totale transparence auprès du consommateur.



Pour mériter le label « Fait maison », un plat doit être entièrement cuisiné sur place à partir de produits bruts et traditionnels.

Quels sont les principaux retours des restaurateurs à l'usage ?

Selon un sondage réalisé l'été dernier, 98 % sont satisfaits d'avoir adhéré au label et le recommandent aux restaurateurs partageant les mêmes valeurs, 78 % trouvent la notoriété du label « bonne à grandissante ». Pour 80 % des consommateurs interrogés, le label Fait Maison facilite le choix d'un restaurant.

Quel bilan en tirez-vous ?

Notre label intéresse et touche toutes les générations, de l'enfant à la personne âgée. En effet, des chefs de différentes catégories y adhèrent (de la buvette d'alpage à l'hôtel cinq étoiles en passant par les crèches, les réfectoires scolaires et les EMS). Tous sont des passionnés de leur métier et veulent le faire savoir, démontrant ainsi la légitimité du label! ■

Publicité

Soutenir les producteurs régionaux: c'est typiquement nous.

Jo Ann R., propriétaire de Migros

De la région.

MIGROS

Migros appartient à tout le monde. C'est pourquoi elle soutient l'agriculture régionale comme nulle autre et propose dans toute la Suisse plus de 9000 produits régionaux, élaborés par plus de 10000 producteurs régionaux.

migros.ch/proprietaires

delaregion.ch/vaud

MIGROS
M comme Ma région.

Labels, marques, certifications

Des histoires à terroir

Regio.garantie, Terre Vaudoise, Pays-d'Enhaut Produits authentiques et bientôt VAUD+ ...
Tous les moyens sont bons pour dire que nos produits du terroir sont bons. Une promotion tous azimuts ?

Il est parfois difficile pour le consommateur de s'y retrouver. Outre les labels de la grande distribution certifiant une production de proximité (comme De la région pour la chaîne Migros ou Ma Région chez Coop), les labels de produits artisanaux fleurissent depuis une dizaine d'années dans un contexte où l'agriculture locale et traçable est de plus en plus valorisée.

Pour aider le consommateur à y voir clair, l'Association suisse des produits régionaux avait lancé en 2015 regio.garantie, un label national destiné à créer une identité commune entre tous les petits labels de notre beau pays et établir des critères minimaux. Sa principale garantie ? Les produits bruts doivent provenir à 100 % de la région, une limite abaissée à 80 % pour les produits transformés.

C'est ainsi que les deux labels vaudois Terre Vaudoise et Pays-d'Enhaut Produits authentiques arborent depuis cette marque, en combinaison avec la leur. Mais trop de labels ne tueraient-ils pas le label ? Pour Philippe Herminjard, secrétaire-gérant du label Or Terravin, ils sont utiles et salutaires : « C'est comme en peinture et en littérature, on découvre qu'il y a des auteurs meilleurs que d'autres ! »

VAUD+ : LE LABEL SUPRÊME

C'est sans doute dans cet esprit de saine concurrence qu'est née VAUD+ (déposée à l'IFPI en 2018), marque territoriale qui se décline en deux labels, l'un destiné aux produits du terroir reposant sur le cahier des charges de regio.garantie, l'autre identifiant les entreprises et institutions incarnant les valeurs de la marque : vivre ensemble, respect, tranquillité, inspiration, entrepreneuriat, transmission de savoir, innovation, culture et patrimoine, excellence. Initié en 2016 au Département de l'économie, de l'innovation et du sport (DEIS), ce projet qui a la vocation de donner une véritable cohésion dans la promotion du canton, devrait éclore à l'horizon 2022.

QUID DES PETITS LABELS ?

À ceux qui craignent encore plus de confusion, Andreane Jordan Meier, cheffe du Service de la promotion de l'économie et de l'innovation (SPEI), se veut rassurante : « L'association Vaud Terroirs qui milite pour la promotion des vins et des marques vaudoises en concertation avec le



En 2018, le conseiller d'État Philippe Leuba et la cheffe du Service de la promotion de l'économie et de l'innovation, Andreane Jordan Meier, présentaient le label VAUD+ : la label doit donner une cohésion dans la promotion du canton.

Canton, les interprofessions et les acteurs du tourisme, rejoindra une nouvelle association chargée de la promotion du territoire sous l'égide de la marque ». Celle-ci, encore à créer, devrait à terme fédérer sous un seul toit tous les actuels organismes de promotion.

Parmi les labels de produits artisanaux, Terre vaudoise sera par exemple totalement absorbé, ce dont Suzanne Gabrielle, responsable de marque chez Prometerre, se félicite : « Pour Terre vaudoise – qui est également le nom de deux magasins à Lausanne et Pully – c'est une aubaine au niveau de la communication.

Les enseignes garderont leur ligne et, parmi les 90 % de produits vaudois proposés, 80 % seront estampillés VAUD+ ». Quant au label Pays-d'Enhaut Produits authentiques, il ne sera pas effacé, mais souligné par la marque VAUD+.

UNE MARQUE DE VALEUR(S)

Le vrai plus de VAUD+, c'est de valoriser les ambassadeurs derrière le produit. Ainsi, impossible d'obtenir le label sans répondre aux critères

« entreprise ». Une gageure pour les petites structures agricoles et familiales ? Pour ces dernières, « le cahier des charges intégrera des critères bien moins lourds, assure Andreane Jordan Meier. On pourrait même imaginer qu'une interprofession se fasse labéliser en tant qu'entreprise et garantisse que ses producteurs correspondent à cette excellence afin de pouvoir ensuite prétendre au label « produit ».

Et pour éviter « l'effet sapin de Noël » des labels, elle précise qu'arbore le logo VAUD+ ne sera pas une obligation, « les produits labélisés pouvant simplement se retrouver dans un rayon dédié ».

Si l'univers graphique sera bientôt dévoilé au public afin de développer un univers de marque lisible auprès du consommateur, le label VAUD+ pour les produits du terroir s' imagine avant tout comme le révélateur d'« une philosophie de production et de vie, l'ADN de notre canton ». Gageons qu'il assurera la parfaite liaison entre les aspirations nationales au mieux-manger et le terroir de nos régions. ■

Saucisses vaudoises

Indication géographique protégée

Sur les 13 spécialités carnées suisses IGP, deux sont vaudoises : zoom sur le saucisson vaudois et la saucisse aux choux vaudoise, Mister et Miss Charcuterie du canton depuis 2004.

Les appellations d'origine protégées (AOP) et les indications géographiques protégées (IGP) labellisent des spécialités du terroir suisse de qualité élaborées depuis des générations avec passion par une corporation de producteurs. Si dans le cas des AOP, toutes les étapes de la production doivent avoir lieu dans la région définie, seule une étape au minimum du processus doit être effectuée dans la zone de provenance pour les IGP. La viande d'un saucisson IGP peut provenir d'un élevage situé à l'extérieur de sa zone d'origine, ce sont avant tout les savoir-faire locaux qui lui confèrent son identité.

Le Pays de Vaud et ses environs deviennent un haut lieu de la charcu-

terie dès le milieu du XIX^e siècle, de la fraîche de la Vallée de Joux au saucisson de Payerne en passant par le boutefas valdo-fribourgeois. Parmi les stars du territoire devenues IGP, le saucisson vaudois à base de viande de porc se caractérise par des saveurs épicées et fumées, et se déguste cru ou cuit. Quant à la saucisse aux choux vaudoise, qui mêle viande et abats de porc à des choux suisses blanchis, elle est l'ingrédient de base du plus fameux des mets qui se déguste de mi-septembre à avril : le papet vaudois!

Les produits carnés IGP sont reconnaissables au plomb vert des charcutiers vaudois. ■



ARC Jean-Bernard Sieber

Ingrédient de base du papet vaudois, la saucisse aux choux mêle viande, abats de porc et choux suisses blanchis.

Publicité

Nos producteurs régionaux: proches de chez vous.



ÉPICERIE / BOULANGERIE

- 1 Afiro SA | Ecublens
- 2 Eclair Vuilleumier SA | Romanel / Morges
- 3 Jova SA Boulangerie Régionale Ecublens | Ecublens
- 4 Apiculture le Bourquin | Dailiens
- 5 Saline de Bex | Bex
- 6 Nestlé Waters SA | Henniez
- 7 Be Fruits Sàrl | Etoy
- 8 Moulin de Sévery | Sévery



FLEURS

- 1 Guttinger Ernst | Ferreyres
- 2 André Pittet Production Horticole | La Sarraz
- 3 Desaulles Horticulture Sàrl | Cudrefin
- 4 Gerber Fleurs SA | Trey
- 5 Horisberger Yvorne SA | Roche



FRUITS

- 1 Biscotte SA | Vinzel
- 2 Fenaco Léman Fruits | Perroy
- 3 Domaine de la Pêcherie | Allaman



HERBES AROMATIQUES

- 1 Les Jardins d'Oron, Rémy Estoppey Sàrl | Oron-la-Ville



LÉGUMES

- 1 Fermo | Yvondand
- 2 Biscotte SA | Vinzel
- 3 Fenaco Genossenschaft Obst- und Gemüsezentrale Ins | Ins
- 4 Fenaco Société Coopérative | Bercher
- 5 Gruber Cultures Maraîchères | Pailly
- 6 Gugger-Guillod SA | Sugiez
- 7 Légrafrais SA | Oppens
- 8 Stadler Cultures de Champignons SA | Aigle
- 9 Stoll Frères SA | Yverdon-les-Bains
- 10 Bio Pack Swiss | Molondin
- 11 Cornu Philippe | Yens
- 12 Famille Bourgeois | Vuillierens



POISSON

- 1 Bernard Wolf SA | Chevroux
- 2 Micarna SA, produits de la pêche | Ecublens
- 3 New Valfish SA | Le Bouveret
- 4 Pisciculture de Vionnaz Hess SA | Vionnaz



PRODUITS CARNÉS

- 1 Micarna SA | Courtepin
- 2 Micarna SA, viande et poisson | Ecublens
- 3 Produits Epagny SA | Epagny
- 4 Suter Viandes SA | Villeneuve
- 5 Micarna SA, Division Volaille | Courtepin



PRODUITS LAITIERS

- 1 Mifroma SA | Ursy
- 2 Fromagerie André SA | Romanel-sur-Morges
- 3 Fromagerie de St-Cierges | St-Cierges
- 4 Milco SA | Sorens
- 5 Fromagerie Le Maréchal SA | Granges-près-Marnand
- 6 Fromagerie Moléson SA | Orsonnens
- 7 Fromagerie Bessard | L'Isle
- 8 Fromagerie de Grandcour | Grandcour
- 9 Elsa | Estavayer
- 10 Prolait | Moudon
- 11 M. Delacuisine | Dailiens
- 12 M. Gentil | Villars-Bramard
- 13 M. Rihs | Montagny-la-Ville
- 14 M. Wyss | Châbles
- 15 Le Sapalet | Rossinière



Société coopérative Migros Vaud

delaregion.ch/vaud

MIGROS
M comme Ma région.

Swiss Food & Nutrition Valley

Un nouveau label pour l'international

Swiss Food & Nutrition Valley (SFNV). Malgré la langue peu fédérale, c'est en présence de Guy Parmelin qu'a été lancée officiellement à Davos, le 23 janvier dernier, l'initiative vaudoise.

Si l'ambition du projet est évidemment nationale – au-delà du clin aux Américains, la « Nutrition Valley » s'étend bien de Zurich à Lausanne, grande vallée de production –, l'association SFNV sera créée tout prochainement dans la capitale olympique où sont implantés trois de ses quatre partenaires fondateurs: le Canton de Vaud, l'École polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL), l'École hôtelière de Lausanne (EHL Group) et, à Vevey, Nestlé.

ÊTRE VU ET BIEN VU

S'ils collaborent depuis des années, ces quatre-là veulent mettre en lumière l'écosystème high-tech et unique de notre région, fruit de la combinaison d'une tradition agricole de qualité, d'une densité d'entreprises et d'institutions scientifiques de niveau mondial ainsi que d'un grand nombre de start-ups dans les domaines de l'alimentation, de la nutrition, des sciences du vivant ou de la robotique.

Pour Fathi Derder, coordinateur en charge du projet, « personne n'innove seul dans son coin ». Et dans un monde où l'innovation se concurrence à la vitesse de la lumière (de la Silicon Valley aux États-Unis à la Food Tech en Israël en passant par la branche Innovation de Danone en France), il est urgent de se profiler sur le plan international.

« LES PROCHAINS STARTUPEURS SONT LES PAYSANS »

La SFNV s'adresse à tous les domaines de recherche scientifique qui font preuve d'innovation dans un contexte de développement durable, « à toutes les entreprises de la région qui ont compris que l'avenir de la planète est en jeu. Même à des



ARC Jean-Bernard Sieber-a

Les cultures de salade en aéroponie (culture maraîchère hors sol) de CombaGroup à Molondin : un exemple de l'essor de l'agriculture de précision.

petites PME comme Opaline avec ses jus de fruit écoresponsables!» s'exclame Fathi Derder.

« Face à l'évolution démographique, il est fondamental de produire plus et mieux en polluant moins. » Un vœu pieux ? Pas si l'on pense à l'essor de l'agriculture de précision sur notre territoire comme ecoRobotix à Yverdon-les-Bains (qui a mis au point un robot solaire capable de réduire l'usage de pesticides de 95 %), CombaGroup à Molondin et ses cultures de salade en aéroponie ou l'industrie du drone pour identifier les plantes malades.

« L'agriculture devient high-tech, les prochains startupeurs sont les paysans, c'est un métier

qui va redevenir tendance » prédit Fathi Derder, enthousiaste.

Du côté des emballages, les industries ont aussi leur carte à jouer. Nestlé a ainsi montré l'exemple en lançant fin 2019 son propre institut de recherche sur l'emballage biodégradable. « L'agroalimentaire doit viser le meilleur pour la planète, et la nutrition, le meilleur pour l'homme ». Dans ce deuxième volet, la tendance est à une alimentation ciblée en fonction de notre terrain génétique qui permettrait de prévenir les maladies. En somme, continuer à « manger pour vivre et non vivre pour manger »; jusque-là, rien de trop dur à avaler. ■

Publicité

Nous donnons tout pour nos produits régionaux.

Chaque coopérative Migros est autonome et profondément ancrée dans sa région, un engagement qu'incarne également notre label « De la région. ». Depuis plus de 20 ans, nous apportons notre soutien aux producteurs régionaux. Né en 1998 à l'initiative de la coopérative de Lucerne, le label regroupe aujourd'hui toutes les coopératives de Suisse alémanique et romande. C'est ainsi que nous vous proposons des produits fabriqués dans votre région et disponibles nulle part ailleurs.

delaregion.ch/vald

MIGROS
M comme Ma région.