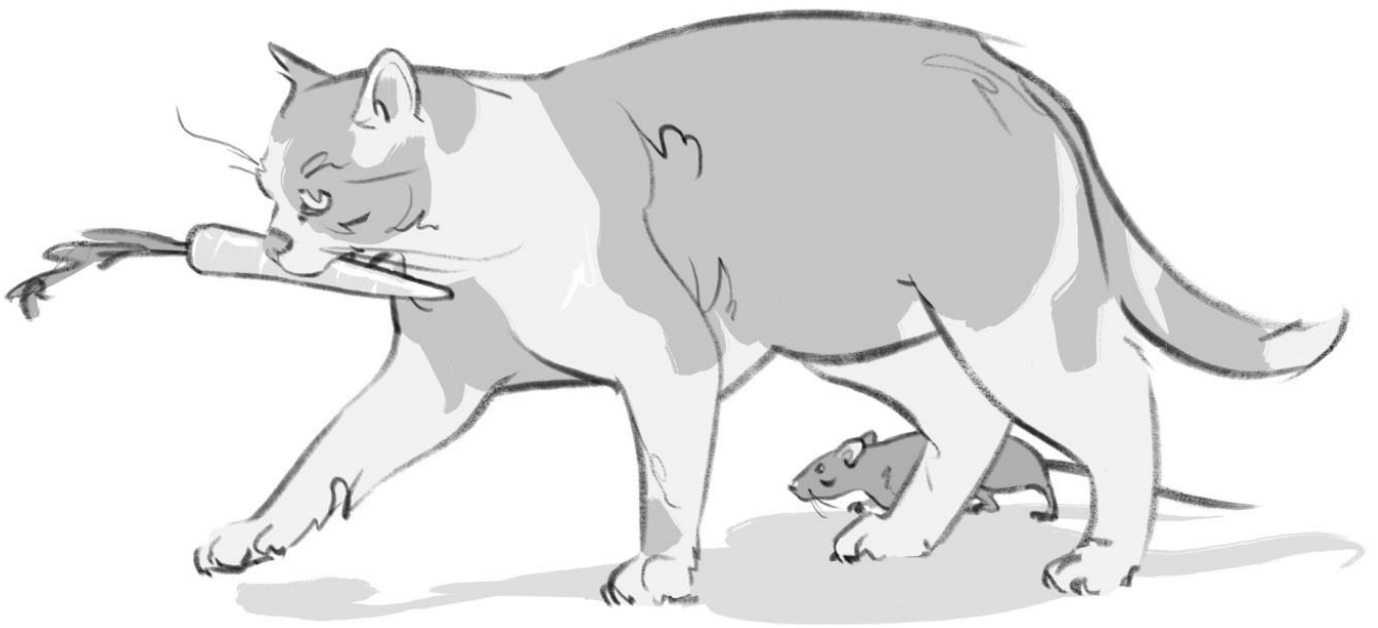




Exposés du 2^{ème} Congrès Gastronomie

«Manger avec du cœur»



Kongresszentrum Hotel Arte, Olten
28 septembre 2018

Exposés du 2^{ième} Congrès Gastronomie
«Manger avec du cœur»
Vendredi 28 septembre 2018, Kongresszentrum Hotel Arte, Olten

Dr sc. nat. Hansuli Huber
Directeur du domaine technique, PSA
hansuli.huber@tierschutz.com

Dr sc. nat. Adrian Müller
Institut de recherche de l'agriculture biologique FiBL/EPF Zurich
adrian.mueller@fibl.org

Guido Wigger
Agriculteur bio
werkstatt@wigger-obernau.ch

Renato Pichler
Swissveg
renato.pichler@swissveg.ch

Ing. Agr. Dipl. Sigrid Alexander
Dipl. Agriculture biologique Chargée de l'audit interne sur la qualité et de la gestion de la qualité
sigrid_alexander@mac.com

Martina Clavuot-Brändli
Responsable de projet Sécurité alimentaire, GastroSuisse
martina.clavuot-braendli@gastrosuisse.ch

Christian Keller-Hoehl
Supply Chain Operations Director, SV-Group Suisse
Christian.Keller-Hoehl@sv-group.ch

Melanie Hohl
Co-directrice KAGfreiland
melanie.hohl@kagfreiland.ch

Guido Leutenegger
Propriétaire Natur Konkret
g.leutenegger@naturkonkret.ch

Ing. agr. Dipl. Cesare Sciarra
Chef du Service de contrôle, PSA
cesare.sciarra@tierschutz.com

Ce congrès bénéficie du soutien de la Fondation Eva Husi

Contenu

Dr sc. nat. Hansuli Huber Introduction	3
Dr sc. nat. Adrian Müller L'agriculture bio peut-elle nourrir le monde?	4
Guido Wigger Nature et bien-être animal par conviction – ça suffit?	7
Renato Pichler Les labels V ou comment s'orienter dans la jungle des labels	8
Ing. agr. dipl. Sigrid Alexander De la viande synthétique au menu végétarien	11
Martina Clavuot-Brändli Le bien-être animal dans la gastronomie – où en sommes-nous?	13
Christian Keller-Hoehl Passer à la viande issue du bien-être animal: compte-rendu pratique de SV Suisse	15
Melanie Hohl Qualité bio et bien-être animal	18
Guido Leutenegger L'offre la plus respectueuse des animaux	21
Ing. agr. dipl. Cesare Sciarra Consommateurs mal informés et publicité trompeuse	22

Dr sc. nat. Hansuli Huber
Directeur du domaine technique, PSA

PROTECTION SUISSE DES ANIMAUX PSA
Dornacherstrasse 101
Case Postale 151
4018 Bâle

Tél. 061 365 99 99
Fax 061 365 99 90
www.protection-animaux.com
psa@protection-animaux.com

Introduction

Introduction de Dr sc. nat. Hans-Ulrich Huber, Directeur du domaine technique de la Protection Suisse des Animaux PSA, à l'occasion du 2^e Congrès Gastronomie «Manger avec du cœur» du 28 septembre 2018, Olten

Les 3,4 millions de ménages suisses consacrent environ 43 milliards de francs par an à la nourriture et aux boissons non alcoolisées, dont un tiers dans la restauration. Nombreux sont ceux qui s'intéressent à la production des denrées alimentaires et à leur qualité. Dès lors que, pour la première fois depuis des centaines de milliers d'années, l'approvisionnement en nourriture ne pose plus de problème, du moins dans les pays développés, et qu'en Europe, nous vivons même dans une société d'abondance et de luxe à cet égard, les aspects qualitatifs ont tendance à passer au premier plan pour les consommateurs. L'adage selon lequel «On est ce que l'on mange» est aujourd'hui plus pertinent que jamais. Ce que nous mangeons, comment et dans quelle quantité sont des facteurs qui influent sur notre bien-être, sur notre santé et ont des répercussions sur l'environnement, les animaux, l'eau, les sols et l'air.

Quatre grands thèmes du deuxième colloque «Manger avec du cœur» de la Protection Suisse des Animaux PSA s'intéressent notamment à ces corrélations :

- Informations sur la production des denrées alimentaires
- Végane et végétarien
- Nouveautés dans la restauration
- Produits provenant d'élevages respectueux des animaux

À cette occasion, neuf intervenant-e-s de renom partageront leurs connaissances et leurs expériences et répondront à vos questions et à vos préoccupations dans le cadre d'une discussion.

L'agriculture bio peut-elle nourrir le monde?

Dr sc. nat. Adrian Müller, Département de socio-économie, Institut de recherche de l'agriculture biologique FiBL / EPF Zurich, à l'occasion du 2^e congrès spécialisé PSA sur la restauration «Manger avec du cœur», 28 septembre 2018, Olten

Résumé de l'exposé

1 Contexte

Nous savons tous dans quel état est le monde. Changement climatique, biodiversité, pollution; l'agriculture en porte sa part de responsabilité et ne peut plus continuer comme avant: mais quelles sont les autres possibilités?

2 Le bio, est-ce bien la solution?

La production biologique est une solution proposée pour venir à bout des problèmes dans l'agriculture; en effet, elle offre toute une série d'avantages écologiques, tout particulièrement quand on tient compte de l'impact environnemental par surface. La critique principale vise le rendement trop faible pour nourrir le monde entier sans utiliser davantage de terrain. En plus, on s'interroge sur une bonne fertilisation de la production bio dès lors que les engrais doivent provenir des surfaces cultivées en bio, ce qui accroît encore la pression tandis que dans la production conventionnelle, les engrais organiques peuvent provenir de l'extérieur. Le système bio doit produire sur ses surfaces le rendement nécessaire pour l'alimentation ou le fourrage ainsi que la biomasse qui sert d'engrais.

En suivant ce raisonnement, une production 100 % biologique consommerait bien plus de terrain pour produire la même quantité que le système conventionnel et il resterait moins de terre disponible pour une nature «vierge». Par ailleurs, les effets sur l'environnement par kilogramme de produit sont plus élevés pour la production biologique que la conventionnelle. Par conséquent, le bio n'est peut-être pas une solution?

Ce serait une réflexion simpliste: les effets sur l'environnement par kilogramme de produit ne sont pas d'une ampleur pertinente pour de nombreux aspects environnementaux qui ont une référence régionale; la contamination des écosystèmes et des eaux, les aspects de biodiversité, etc. doivent être considérés dans un contexte spatial et ce qui importe, c'est de savoir si les effets de l'agriculture en relation avec les limites de ces contextes spatiaux sont supportables ou non. L'impact sur l'environnement par litre de lait n'est pas si important lorsqu'il s'agit de vaches à performances élevées, mais sur les quelques hectares où elles se tiennent, l'impact total (par exemple, excédents d'azote) est quand même bien trop élevé pour les écosystèmes. Voilà pourquoi l'argument de l'empreinte par kilogramme de produit doit être examiné avec prudence (car il n'est valable que pour les gaz de serre qui eux doivent être considérés dans un contexte global).

Nous avons donc besoin d'une agriculture avec un impact minimal par hectare, mais qui ne consomme pas davantage de surfaces.

3 Le bio et un changement dans les modes de consommation, c'est la solution!

Passer «simplement» à une agriculture biologique sans modifier d'autres éléments dans le système d'alimentation n'est donc pas une solution durable, de même qu'on ne peut pas continuer comme avant avec l'agriculture conventionnelle. Il nous faut par conséquent des stratégies supplémentaires qui nous permettent de produire avec moins d'impact sur l'environnement par hectare sans toutefois utiliser davantage de terrain.

Pour y arriver, il faut dans un premier temps réduire le système dans son ensemble: quels que soient nos modes de production, une réduction de la production diminue son impact sur l'environnement. Notre agriculture et les modes de consommation d'aujourd'hui se distinguent par la part élevée de production animale exigeant une consommation élevée de ressources et causant un gros volume de déchets avec une utilisation des ressources inutilement élevée. Nous avons donc deux leviers puissants à notre disposition pour réduire le système dans son ensemble: consommer moins de produits d'origine animale et produire moins de déchets.

Un tel «rapetissement» de tout le système d'alimentation ouvre des espaces pour y produire de manière moins intensive et donc avec moins d'impact sur l'environnement par hectare et globalement, tout en pouvant nourrir tout le monde.

Il ne faut pas oublier le rôle fondamental de la consommation dans les discussions sur une agriculture durable. Parler de production durable en étant détaché de la consommation n'a aucun sens; cela n'a pas de sens de produire 30% de déchets de manière biologique, il vaut mieux éviter d'en produire.

De même, il ne faut pas traiter isolément chaque aspect. Diminuer le changement climatique est certes important, mais il n'est qu'un des nombreux aspects de durabilité dans l'agriculture et l'objectif d'émettre aussi peu de gaz de serre que possible ne doit pas sacrifier la biodiversité ou le bien-être animal. C'est ainsi qu'il est sensé d'utiliser les prairies pour produire du lait et de la viande des ruminants, même si cette production émet davantage de gaz de serre par kilogramme de lait et de viande que si on les produisait à partir de beaucoup de fourrage concentré. En adaptant le nombre d'animaux par hectare, l'écosystème n'est pas surutilisé (par exemple en évitant d'importer trop de nutriments à travers le fourrage concentré). La production est nettement réduite, ce qui est en interaction avec la réduction précitée de produits d'origine animale dans l'alimentation quotidienne.

4 Que pouvons-nous faire?

Nous pouvons suivre différentes pistes:

Tout d'abord, nous devons devenir conscients qu'il s'agit de changements en profondeur qui ne pourront pas être réalisés en quelques années seulement, mais en décennies voire en une ou deux générations. Nous avons besoin d'une politique de gouvernance d'ensemble: ce n'est pas le recyclage des ballots de plastique pour l'ensilage, comme le propose l'Union suisse des paysans pour atteindre l'objectif sectoriel de l'agriculture dans la loi sur le CO₂; il s'agit bien plutôt de complètement changer le système d'alimentation par exemple dans le sens de diminuer de 50% la part de fourrage concentré et de 25% moins d'engrais, des cycles fermés (y compris les boues d'épuration), etc.

Ce type de gouvernance ne peut naturellement pas suffire à elle toute seule pour l'agriculture. Elle doit aller de pair avec des changements dans la consommation pour éviter qu'une baisse de la production soit compensée par des importations: toute une évolution doit être mise en place vers une diminution des produits d'origine animale, du fourrage concentré, des déchets du côté des consommateurs. Il faudrait manger toute la viande des animaux, notamment les abats ou d'autres morceaux moins appréciés, comme les ailes de poulet. Les réglementations et les exigences doivent être modifiées pour les déchets; les exigences en matière de disponibilité, de fraîcheur, d'apparence, etc., et sur le plan de la réglementation, les dates de péremption, devraient être rediscutées, pour ne citer que quelques exemples.

Du côté de la production, certains objectifs peuvent être atteints en encourageant le bio; ce n'est pas la panacée, mais une vision de ce que pourrait être la production d'une alimenta-

tion durable, judicieusement combinée avec les changements de consommation mentionnés ci-dessus.

En mettant tout cela en œuvre, nous pourrions au moins commencer par internaliser les coûts externes c'est-à-dire utiliser les instruments politiques comme une taxe sur l'azote dans les engrais organiques et les fourrages importés, une taxe CO₂ sur tous les combustibles fossiles (essence comprise!) et élaborer une réglementation phytosanitaire renforcée.

En même temps et sur le long terme, nous avons besoin d'une discussion sociétale qui permette d'agir efficacement dans la problématique du dépassement des limites. Dans le contexte de notre compréhension d'une société libérale, on peut aller très loin et l'aborder à travers de nouvelles visions au niveau de la société (je suis bien conscient que je peux être taxé de naïveté et un peu ringard, du style des utopies des années 1960, mais je crois que nous ne pouvons pas échapper à œuvrer dans le sens de grands changements). En un mot comme en cent, voici un tableau envisageable de la situation: la société libérale s'édifie aujourd'hui sur trois piliers, à savoir la liberté individuelle avec la vertu du courage, la justice sociale avec la vertu de l'équité et le principe de non-malfaisance (principe of non maleficence) avec la vertu de l'intelligence; il manque la quatrième vertu cardinale, la modération – ce serait dans le cas présent se satisfaire de ce qu'il y a, la conscience des limites planétaires (ou également des limites des écosystèmes régionaux, de ce qu'ils peuvent supporter) ainsi que la vertu de respecter la mesure pour ne pas dépasser ces limites. Or nous avons besoin de cette quatrième valeur pour créer dans notre action un respect durable pour les limites planétaires. Nous sommes appelés à comprendre, développer et discuter ce nouvel aspect de la mesure comme nous traitons les trois autres valeurs et leurs limites dans notre société libérale. Cette valeur doit donc être comprise comme un aspect central équivalent à ce qu'une société libérale doit signifier dans le contexte des technologies actuelles, de la population actuelle et des flux globaux actuels. Cela prendra du temps, plutôt deux générations que quelques années, mais c'est la seule voie qui peut fonctionner sans être paralysée par l'excès de régulation institutionnelle, sans la dérive vers la dictature écologique ou un pilotage de détail sans aucun impact et de la poudre aux yeux.

5 Littérature pour approfondir le sujet

Muller, A., Schader, C., El-Hage Scialabba, N., Brüggemann, J., Isensee, A., Erb, K.-H., Smith, P., Klocke, K., Leiber, F., Stolze, M., Niggli, U., 2017, Strategies for feeding the world more sustainably with organic agriculture, *Nature Communications* 8:1290 | DOI: 10.1038/s41467-017-01410-w (librement accessible); résumé sur vidéo (avec sous-titres allemands): <https://www.youtube.com/watch?v=z4daLqmureU>

Muller, A., Huppenbauer, M., 2016, Sufficiency, liberal societies and environmental policy in the face of planetary boundaries, *Gaia* 25(2): 105-109 (librement accessible)

Muller, A., 2017, Für die Schweiz oder für die ganze Welt – nachhaltige Landwirtschaft bedeutet vor allem auch nachhaltigen Konsum, Agrarpolitikblog AECT ETH Zurich, 27.11.2017, <https://agrarpolitik-blog.com/2017/11/27/fuer-die-schweiz-oder-fuer-die-ganze-welt-nachhaltige-landwirtschaft-bedeutet-vor-allem-auch-nachhaltigen-konsum/>

Muller, A., 2017, Was Biolandbau beitragen kann, Zukunftsblog ETH Zurich 16.11.2017, <https://www.ethz.ch/content/main/de/news-und-veranstaltungen/eth-news/news/2017/11/was-biolandbau-beitragen-kann.html>;

Nature et bien-être animal par conviction – ça suffit ?

Guido Wigger, agriculteur bio, à l'occasion du 2^e congrès spécialisé PSA sur la restauration «Manger avec du cœur», 28 septembre 2018, Olten

Considérations d'un producteur de bœuf de pâturages bio.

(13,4 ha de terrain agricole, 34 % de surfaces en promotion de la biodiversité, 34 bovins de pâturages et quelques petits animaux. 3270 kg de production annuelle de viande, 42 m² de surface agricole par kilogramme de viande, 2,5 dl carburant et 1,37 kWh d'énergie électrique par kilogramme de viande)

L'être humain mange de la viande et veut en manger. C'est un fait! C'est donc le «comment» et le «combien» qui nous intéressent ici plus particulièrement.

En remplissant les conditions ci-dessous, il est tout à fait possible d'avoir une production qui a du sens sur les plans économique et écologique:

- a) La surface agricole disponible est la base de la production
- b) Les produits du rendement de la surface agricole servent de fourrage aux bovins (herbe, foin, ensilage, pas de fourrage concentré)
- c) Les énergies renouvelables (énergie solaire et hydraulique) sont mises sur pied et renforcées
- d) Le revenu net doit garantir la production en continu

Ces conditions sont décisives pour le bien de la nature et le bien-être des animaux.

Un calcul concret du rendement d'une exploitation herbagère donne les résultats suivants:

1. Le prix ne permet pas (encore) de faire du bénéfice.
2. Le consommateur doit apporter sa contribution pour le bien-être de la nature et des animaux.
3. Il peut le faire de différentes manières:
 - finie la consommation de produits bon marché
 - mouvement vers des prix plus élevés pour les fournisseurs de prestations
 - réduction de la consommation de viande

Les bénéficiaires: la nature, l'animal, le producteur, le consommateur et les générations futures.

Un bon prix pour une bonne production

Intensité non, dans la gestion

Intensité oui, avec un comportement ménageant les ressources

Les labels V ou comment s'orienter dans la jungle des labels

Renato Pichler, Président & directeur de Swissveg, à l'occasion du 2^e congrès spécialisé PSA sur la restauration «Manger avec du cœur», 28 septembre 2018, Olten

Qui est Swissveg ?

Fondée en 1993, Swissveg est la plus grande et plus ancienne organisation représentant les intérêts des personnes végétariennes et véganes qui vivent en Suisse. En 1996, Swissveg a lancé le projet V-Label en Suisse. Désormais, des licences sont octroyées dans le monde entier aux produits et services pour ce label.

Le contrôle du V-Label en Suisse reste entre les mains de Swissveg, de même que la coordination mondiale passe par Winterthur.

Outre ce projet, Swissveg publie le seul magazine végane suisse pour le mode de vie végane (le trimestriel Veg-Info) et se démarque également grâce à l'organisation du festival Veganmania de notoriété internationale, mais aussi en ayant amené Veggie-World en Suisse. Elle est l'instance compétente pour tout ce qui concerne le style de vie végétarien et végane.

Qui mange végétarien ou végane?

L'augmentation de la demande en produits végétariens (et véganes) n'est pas seulement une conséquence de l'augmentation du nombre de végétariens ou de véganes. En effet, il y a de plus en plus de consommateurs qui achètent ce type de produits de temps en temps. Afin d'obtenir des chiffres représentatifs des différents groupes de consommateurs, Swissveg a mandaté une étude auprès de DemoScope en 2017. Il en est ressorti que 3 % des individus se définissent comme véganes, 11 % comme végétariens, 17 % comme flexitariens et 69 % comme consommant régulièrement de la viande. Tout juste un tiers de la population suisse constitue donc une clientèle potentielle pour des produits spécifiques végétariens ou véganes.

Le V-Label

Depuis 20 ans, le V-Label est un symbole agréé et reconnu. Presque toutes les grandes entreprises et chaînes de supermarchés dans le domaine alimentaire misent sur le V-Label. Quelles sont les raisons de ce succès?

- En Europe, presque toutes les grandes organisations véganes et végétariennes soutiennent ce label. Dès lors, sa promotion est effectuée directement par le groupe cible dont il satisfait les conditions.
- Il bénéficie du soutien de l'Union végétarienne européenne (European Vegetarian Union EVU).
- Ce label est octroyé aux catégories «végétarien» et «végane» (la catégorie est inscrite en-dessous du label). Des entreprises peuvent donc directement commencer par leurs produits végétariens pour enchaîner avec des produits véganes sous le même label. Les entreprises purement véganes profitent de gros avantages grâce à la grande notoriété de ce label. Dans tous les cas, les producteurs ont toujours le même interlocuteur.
- L'organisation décentralisée du label lui permet une présence globale tout en ayant un ancrage local. Les octrois de licence peuvent donc être opérés dans la langue du pays concerné, ce qui exclut tout malentendu provenant de traductions et de différences

culturelles. La promotion des produits V-Label est assurée directement dans chaque pays par les organisations végétariennes et véganes.

Outre le V-Label, il existe la fleur végane et quelques labels moins répandus. Qu'est-ce qui les différencie?

La fleur végane: elle est exclusivement décernée en Angleterre par la Vegan Society UK; à la différence du V-Label, l'ingénierie génétique est autorisée; elle n'est octroyée qu'aux produits véganes. Très répandue en Grande-Bretagne, hors de ce pays, elle est surtout visible sur les cosmétiques (le V-Label n'est octroyé aux cosmétiques que depuis 2017).

EcoVeg: un très jeune label qui a été lancé en Allemagne grâce à une initiative du monde économique. Ne pouvant être décerné qu'en combinaison avec le label bio européen pour les produits véganes, il n'occupe qu'un marché de niche. Le V-Label a la même pertinence que le biolabel, toutefois il est soutenu par la majorité des organisations spécialisées dans le domaine végétarien et végane.

Degré de notoriété du label en Suisse

Lors de l'enquête DemoScope de 2017, le degré de notoriété du V-Label et de la fleur végane ont été examinés. Voici les réponses à la question «Connaissez-vous le label?»

	V-Label	Fleur végane
Population dans son ensemble:	50 %	15 %
Végétariens:	81 %	34 %
Véganes:	97 %	80 %

La fleur végane n'est bien connue que dans les milieux véganes, mais même là, elle n'atteint de loin pas le degré de notoriété du V-Label. Une enquête en Allemagne est arrivée à des résultats semblables.

Pourquoi est-ce que le V-Label n'est pas aussi un label bio et commerce équitable?

Lors des contrôles et de la formulation des règlements, les organisations végétariennes et véganes se concentrent sur leurs compétences essentielles. Or de bonnes organisations de contrôle, dotées de bons règlements et labels, ont désormais pignon sur rue pour le contrôle bio et commerce équitable. Le V-Label les complète pour combler la lacune pour les produits végétariens et véganes, mais il ne remplace pas les labels bien établis. Le contrôle concernant la qualité végane ou végétarien se distingue fortement des contrôles bio et commerce équitable. De plus, nous ne voudrions pas priver du V-label de petites entreprises qui ne peuvent pas se permettre un label bio.

Perspectives d'avenir

Dès lors que l'impact de notre alimentation actuelle fondée sur des produits laitiers et carnés devient de plus en plus sévère dans tous les domaines (environnement, santé, protection animale), on peut escompter que le marché de produits sans ingrédients d'origine animale ne fera que croître. De plus en plus de grandes entreprises de transformation de viande et de lait ajoutent un pilier végane. Sans parler des nombreuses start-ups qui misent sur ce marché. A l'avenir, un mode de vie végane sera considéré encore davantage comme durable et représentant un autre élément important pour des entreprises durables en plus de bio et commerce équitable. En même temps, grâce à sa nouvelle utilisation, le V-Label continuera à s'imposer dans le secteur non food et la restauration. La demande des pays non européens en produits contrôlés (très sérieusement) par le V-Label n'a fait que croître au cours de ces dernières années. L'extension du domaine labellisé non seulement permettra

d'englober de nouvelles catégories de produits, mais d'autres continents dans lesquels certains pays travaillent avec le V-Label.

Pour en savoir plus :

V-Label: www.v-label.eu / enquête Swissveg: www.swissveg.ch/label-umfrage

De la viande synthétique au menu végétane

Ing. agr. dipl. Sigrid Alexander, Agriculture biologique, Chargée de l'audit interne sur la qualité et Chargée de la gestion de la qualité, à l'occasion du 2^e congrès spécialisé PSA sur la restauration «Manger avec du cœur», 28 septembre 2018, Olten

Résumé

La population suisse se nourrit en étant consciente de la qualité: des denrées alimentaires durables figurent dans le panier des achats quotidiens. En effet, la cuisine traditionnelle suisse n'est pas faite seulement de viande et de mets végétariens: des éléments véganes voire des menus complets font partie du plan des repas de la semaine. Les avantages des produits d'imitation comme la viande artificielle sont toutefois douteux et leur diffusion en Europe est bloquée par d'autres obstacles que les barrières légales. Il reste à tirer au clair ce que la viande artificielle apporte à une alimentation durable. Par contre, la diversité des offres véganes fournit de nombreuses opportunités à la restauration suisse.

Mots-clés

Caractère durable dans trois dimensions au moins, souveraineté alimentaire, denrées alimentaires comme moyens de vie, culture alimentaire, critères de qualité, transparence, provenance, novel food, viande artificielle, nourriture dénaturée, restauration, cuisine authentique, alimentation quotidienne, mets véganes, repas de luxe.

Discussion

(1) Les denrées alimentaires sont produites de manière de plus en plus anonyme: le lait qu'on ne peut plus acheter à la ferme depuis longtemps, les petits pois que les enfants ne connaissent souvent que sortis de la boîte. Si à l'avenir la viande ne devait plus être associée à la vache sur son pâturage, mais à des fibres cultivées dans des installations closes, cela signifierait qu'une version de cauchemar d'Utopia serait devenue réalité. La culture du repas suisse serait considérablement modifiée par la viande artificielle sur les assiettes. Or les promoteurs de ce type de modifications sont de plus en plus nombreux dans ce pays d'herbage qu'est la Suisse.

(2) Même si le marketing des pionniers internationaux de la viande artificielle qui sont soutenus à coup de milliards brandit volontiers le drapeau végétane, ces pionniers ne peuvent pas apporter une contribution durable à une alimentation avec moins de viande, voire végétane. Les avantages écologiques n'ont pas encore été évalués dans leur ensemble par un organe sérieux sur la base de critères de durabilité scientifiquement fondés.

(3) Les pionniers de la viande artificielle prétendent pouvoir résoudre le problème d'une société de la surabondance. En l'occurrence, ils en sont le reflet: s'étant éloignés de la valeur des denrées alimentaires donnant la vie, ils passent d'un luxe à l'autre. La morale de «on ne joue pas avec la nourriture» se montre ici sous un masque particulièrement perfide. Les autres motivations de ces offres doivent être révélées.

(4) La guilde professionnelle des cuisiniers a pour mission de nourrir les êtres humains hors de leur domicile de la manière la plus rapide, la moins chère et la plus digeste possible et, dans le cas idéal, de façon appétissante et saine. Mais quand on a encore des marges de manœuvre devant les fourneaux publics pour donner libre cours à sa créativité, on n'y renonce pas volontairement à la longue: en effet, la curiosité du début d'expérimenter avec des fibres en grumeaux teints en rouge, dopés aux différents numéros de E (conservants) va très vite se dissiper.

(5) Est-ce que le boom végétane va être remplacé par le boom de la viande artificielle? La recrudescence de nouvelles sur tout ce qui se lance dans ce secteur semble l'indiquer. Dès lors que les premiers acteurs suisses de renom s'y lancent, cela fait réfléchir. D'ailleurs,

l'intérêt pour la viande artificielle est d'autant plus étonnant que cette dernière n'est pas autorisée sur le marché: elle a le statut de «novel food» et des demandes sont en suspens ou rejetées (pour l'instant). Si ce gros obstacle devait effectivement être franchi au cours des prochaines années, il y a (quand même) d'autres limites. Par exemple, le pays modèle du bio qu'est la Suisse ne pourra pas homologuer une variante certifiée bio.

(6) Des denrées alimentaires véganes doivent elles aussi affronter la discussion des imitations. Des sceptiques y voient en outre des désavantages qui n'apparaîtront qu'à moyen ou long terme: les produits chassés des rayons calculés au plus juste, le maintien de la fertilité du sol, la diversité entre les cultures agraire et alimentaire. N'oublions pas non plus les aspects touchant à la santé. Le discours officiel pour suivre les meilleurs chemins d'un développement durable doit se distinguer par une grande diversité: contre-productifs sont les arguments de la meilleure alimentation, ceux de nouveaux tabous «qui n'a pas le droit de manger quoi et quand», de nouvelles prescriptions moralisantes sur le bon mangeur de l'avenir.

(7) L'alimentation végane est une nécessité; elle a du sens, particulièrement quand les ingrédients proviennent de sources certifiées bio. Elle remplit les besoins des groupes sensibilisés au sein de la population: ce sont eux les ambassadeurs de premier rang pour aménager un mode d'alimentation respectueux du climat. L'alimentation végane peut également être vécue de manière flexible et élargit la palette des aliments sur l'assiette des habitants du pays.

(8) La viande artificielle n'est au sens propre et figuré pas du «manger avec du cœur». Cela se retrouve par contre dans une coopération intelligente «du champ à l'assiette» entre les acteurs. Des offres véganes honnêtes, authentiques et créatives ont, elles aussi droit à une place au premier rang de la restauration. La diversité et la fraîcheur, la transparence de la provenance ainsi que la possibilité d'exercer une influence sur la qualité sont les meilleurs arguments. L'Utopia écologique se rapprochera quand des composantes véganes choisies consciemment, des repas aux menus complètement modifiés, deviendront chose normale dans la vie quotidienne en Suisse.

Bien-être animal au restaurant - où en sommes-nous ?

Martina Clavuot-Brändli, Cheffe de projet Sécurité alimentaire, GastroSuisse, à l'occasion du 2^e congrès spécialisé PSA sur la restauration «Manger avec du cœur», 28 septembre 2018, Olten

(le discours prononcé fait foi)

Qui sommes-nous ?

Avec 20'000 membres, organisée en 26 associations cantonales et quatre groupes spécialisés, GastroSuisse est la plus importante organisation patronale du pays dans le secteur de l'industrie hôtelière et gastronomique. Elle défend les intérêts politico-économiques de ce secteur, et s'engage pour la formation professionnelle et la qualité. Par ailleurs, elle propose une vaste palette de produits et de prestations de services.

GastroSuisse plaide contre des contraintes supplémentaires dès que la possibilité s'en présente. En effet, il faudrait éviter d'accroître la charge administrative et les désavantages concurrentiels. L'association respecte la liberté entrepreneuriale de ses membres.

Les défis quotidiens

La vie quotidienne d'une association est riche en défis de toutes sortes; citons ici les différences régionales et linguistiques, mais aussi les thèmes politiques. Les membres eux-mêmes ont des souhaits et besoins divers, étant donné que toutes les catégories sont représentées, de la micro-entreprise à l'hôtel 5 étoiles, de celui qui provient d'un domaine professionnel différent au véritable professionnel de la restauration.

La branche est aux prises avec des changements permanents et de nouveaux concepts novateurs (caractère régional, distribution directe, du museau à la queue, etc.) rencontrent un écho favorable auprès de la clientèle sans toutefois évincer ni déprécier les valeurs traditionnelles.

L'offre de la restauration suisse est très variée, avec l'accent mis sur les spécialités suisses et la cuisine bourgeoise. Même si les mets à base de viande restent en tête avec 20,5 %, de plus en plus d'établissements proposent des plats végétariens ou véganes.

La viande garde donc une grande importance pour les repas pris à l'extérieur. Il n'en reste pas moins que la clientèle est parfois très sensible aux prix et n'est donc pas disposée à déboursier davantage pour des produits respectant le bien-être animal. De pair avec les préoccupations des restaurateurs face à la baisse de la productivité et de la rentabilité, on assiste à l'émergence d'une sorte de cercle vicieux qu'il faut briser.

Voici où nous intervenons concrètement pour le bien-être animal

L'association s'engage dans les domaines suivants pour le bien-être animal :

- Formation professionnelle: une réforme attend la profession de cuisinier en 2021. Les adaptations reflètent les changements dans la société et touchent au domaine éthique. Le thème de l'alimentation végétarienne revêt ici une importance toute particulière. Aujourd'hui déjà, certains enseignants professionnels et formateurs des cours interentreprises approfondissent la thématique du bien-être animal davantage que ne l'exige le plan d'études
- Formation des entrepreneurs de la restauration: la thématique du bien-être animal est enseignée dans le séminaire de base G1, tandis qu'elle fait explicitement partie du séminaire de chef d'établissement G2 avec brevet fédéral et du séminaire de chef

d'entreprise G3 avec diplôme fédéral. Les documents pour le G1 sont en cours de remaniement et la thématique y est revalorisée.
La formation de chef d'entreprise est suivie chaque année par plus de 1'500 participants.

- Partenaire pour le volet pratique dans le projet Novanimal: le projet recherche des innovations pour une alimentation et une production de denrées alimentaires tournées vers l'avenir. En l'occurrence, il s'agit notamment de promouvoir une alimentation végétarienne
- Campagne «Tous ensemble pour le bien-être animal» de concert avec la Protection Suisse des Animaux PSA. Le dépliant a été envoyé à tous les membres l'automne dernier.
- Hochgenuss: cette manifestation à grande échelle d'art culinaire qui se déroule chaque année promeut et thématise des approches durables dans la gastronomie et l'œnologie. Cela permet de donner la parole à notamment Kurt Brunner avec son projet «La poule et son frère» ou à Martin Ott, responsable de la formation en biodynamie

Perspectives d'avenir

Manger est un sujet très émotionnel qui est soumis aux changements intervenant dans la société. Des interpellations politiques et des prescriptions plus sévères se heurteront à de grandes difficultés.

Afin de sensibiliser davantage la population au bien-être animal, il faut un changement de mentalité dans la branche et chez la clientèle. En l'occurrence, nous misons sur la formation selon le principe du choix personnel.

GastroSuisse est toute disposée à dialoguer avec tous les groupes concernés.

Passer à la viande issue du bien-être animal: compte-rendu pratique de SV Suisse

Christian Keller-Hoehl, Directeur des opérations de la chaîne d'approvisionnement, SV Group, à l'occasion du 2^e congrès spécialisé PSA sur la restauration «Manger avec du cœur», 28 septembre 2018, Olten

Leader sur le marché suisse, nous gérons des restaurants dans les universités et les écoles ainsi que des restaurants d'entreprise. Nous cuisinons à l'EPF à Zurich, à l'Université de Bâle ou à la FHNW à Brugg-Windisch. Notre clientèle compte également 250 entreprises et grands groupes comme ABB et Zurich Assurances. A cela s'ajoutent nos restaurants publics, comme SPIGA Ristorante ou le Restaurant Güterhof à Schaffhouse. Nous sommes actifs dans l'hôtellerie avec les meilleurs emplacements pour les voyages d'affaires ou les séjours en ville. Au total, nous sommes à la tête de 320 exploitations réparties dans tout le pays, occupant 5'700 collaborateurs.

De plus en plus, nos hôtes sont attentifs à la composition et à la provenance de leurs repas. Mais nos clients, qui nous ont chargés de l'exploitation de leurs restaurants scolaires ou de leurs restaurants d'entreprise attachent eux aussi de plus en plus d'importance à des repas équilibrés issus de productions durables. Nous avons détecté très tôt cette tendance et y avons réagi en conséquence; en effet, nous considérons comme une condition essentielle les quatre caractéristiques qui définissent un repas de qualité: frais, sain, durable et inspirant, concentrées dans l'expression «qui met l'eau à la bouche».

Une gestion durable de l'entreprise, de l'achat à l'évacuation, est depuis toujours au cœur de la stratégie de SV Group. Dès le début des années 1990, nous avons été la première entreprise de catering à créer un service spécialisé pour l'environnement. Nous avons continué notre engagement pour l'environnement avec une logique rigoureuse: en 2006, la totalité de l'entreprise était certifiée ISO 14001. De surcroît, nous avons misé sur une logistique efficiente et écologique.

Le résultat d'une analyse mandatée pour calculer notre empreinte CO₂ a été d'autant plus décevant. A notre grande surprise, ce n'est pas la logistique ni la cuisine qui influençait le climat, contrairement à ce que nous avons pensé, c'était le panier des achats. Nous avons pu certes réduire notre impact sur le climat de 30 % dans la logistique, mais la production des aliments causait huit fois plus de CO₂ que tous les transports réunis. Nous avons donc développé en 2015 conjointement avec WWF Suisse le programme de protection climatique ONE TWO WE pour une alimentation respectueuse du climat. Nous avons lancé des concepts culinaires nouveaux, remanié des menus et envoyons désormais nos cuisiniers suivre un programme de formation continue en cuisine végétarienne à l'académie de cuisine de Rolf Hiitl. Le succès est impressionnant puisqu'au bout de trois ans, en 2016, nous avons pu réduire nos émissions de CO₂ de presque 10%.

La thématique de la durabilité écologique était désormais inscrite dans notre modèle d'entreprise. En 2016, de nouvelles tâches nous attendaient. En plus de la thématique du CO₂, la thématique du bien-être animal s'est ajoutée aux piliers de l'entreprise. D'entente avec la Protection Suisse des Animaux PSA, nous avons procédé à une analyse de notre panier de marchandises. En effet, nous avons constaté qu'il y avait encore du pain sur la planche en ce qui concerne les produits issus d'élevages respectueux des animaux. Une idée nouvelle s'est imposée à notre esprit: puisque nous gagnons de l'argent grâce aux produits d'origine animale, nous avons une obligation éthique vis-à-vis des animaux. Nous devons et voulons l'assumer autant que possible. Une première étape a consisté à ne plus proposer des produits issus de traitements cruels vis-à-vis des animaux, c'est-à-dire foie gras, homard, cuisses de grenouilles et produits d'animaux traités aux hormones ou aux antibiotiques – tout cela a été banni de nos restaurants et hôtels depuis mars 2016.

Les produits respectueux des animaux sont déjà bien répandus dans le commerce de détail alors que dans la restauration, la thématique de la détention respectueuse des animaux n'a presque pas été prise en compte jusqu'à présent. D'ailleurs, pendant longtemps nous n'étions pas non plus conscients du fait que la viande suisse ne provenait pas automatiquement de détentions respectant le bien-être des animaux. Lorsque nous l'avons compris, nous en avons tiré la conséquence qu'il fallait que ça change. Notre conviction a encore été étayée par l'enquête¹ effectuée en 2016, qui nous a fourni des résultats intéressants:

- 31 % des personnes interrogées pensent réduire leur consommation de viande à l'avenir
- 52 % sont d'avis que dans la restauration, on n'en fait pas assez ou plutôt pas assez en matière de protection animale
- 46 % souhaitent avoir davantage d'informations sur la protection animale lorsqu'elles mangent à l'extérieur
- 75 % seraient disposées à payer un surcoût pour le bien-être animal
- Les consommateurs voient un grand potentiel pour améliorer le bien-être animal d'abord pour la volaille (53%), suivie des porcs (18%).

En août 2016, nous avons conclu un contrat de partenariat stratégique avec la Protection Suisse des Animaux (PSA), ce qui était une étape importante. En effet, nous avons orienté constamment notre stratégie de la durabilité dans l'idée de la changer et de l'améliorer grâce à des partenaires expérimentés.

Notre objectif défini conjointement avec la Protection Suisse des Animaux PSA nous pousse à nous dépasser: d'ici fin 2019, nous voulons augmenter à 80 % notre part de produits carnés provenant de détentions respectant le bien-être animal. Les concepts principaux s'intitulent SST et SRPA. SST signifie «Systèmes de Stabulation particulièrement respectueux des animaux» avec des critères pour davantage de place et des surfaces de couchage recouvertes de paille; SRPA signifie «Sorties régulières en plein air».

Nous sommes dans les temps. Aujourd'hui, en septembre 2018, 55 % de nos produits carnés proviennent de détentions respectueuses du bien-être animal. D'ici la fin de l'année, nous voulons mettre la barre plus haut à 65 % et d'ici fin 2019 aux 80 % que nous nous sommes fixés. En ce qui concerne les œufs, les produits à base d'œufs et les 1,3 million de litres de lait de pâturage, l'objectif est déjà atteint. Tous les œufs et produits à base d'œufs que nous utilisons et vendons dans nos entreprises sont issus de poules suisses élevées en plein air. Et dans tous les restaurants, nous ne proposons que le lait de pâturage, produit pour nous et conforme à IP-Suisse.

Nous préparons tous les jours 100'000 repas. Rien que notre panier d'achats viande englobe 700 produits. Jamais encore la demande pour de la viande d'animaux traités dans le respect de leur bien-être n'a été aussi élevée en restauration. Nous nous sommes donc lancés sur des terrains inconnus. Nous avons réduit le nombre de nos fournisseurs de viande, installé une plate-forme de commande centralisée électronique et avons formé nos 400 chefs de cuisine.

¹ Enquête auprès de consommateurs réalisée par amPuls Market Research AG du 8 au 12 juillet 2016 avec 500 particuliers âgés de 18 à 79 ans en Suisse alémanique

En raison de la planification de notre logisticien et des bouchers, nous avons pu procéder à tous ces changements sans heurts. Il est vrai que le kilo de viande nous coûte davantage, mais nous compensons ce surcoût grâce à une logistique optimisée. Conséquence: les clients et les hôtes ne doivent pas payer davantage.

Les nombreuses réactions positives nous font plaisir et nous motivent à poursuivre sur ce chemin. Il est simplement dommage que nos mandants ne veuillent pas participer au surcoût de la viande issue d'élevage respectant le bien-être animal. Nous devons donc assumer tout seuls les coûts représentés par cette offre.

Afin d'informer les hôtes de notre passage à la viande issue d'élevages respectueux du bien-être animal, nous avons élaboré un nouveau concept de communication qui a été lancé dans toutes les exploitations. Des stèles avec des personnages et textes humoristiques qui ont l'air d'être découpés dans du papier rendent le thème sympathique. De plus, les opérateurs culturels suisses comme Max Küng ou Lara Stoll se sont saisis de divers sujets pour rédiger des histoires brèves. Ils transmettent de manière divertissante des informations précieuses sur la durabilité. Le seul problème est la méconnaissance des acronymes SST et SRPA. Alors que cette viande est distribuée par Migros sous le label «TerraSuisse» et par Coop sous «Naturafarm», SST et SRPA sont pratiquement inconnus. Il serait donc utile de lancer en Suisse un label neutre, pour tous les fournisseurs.

Cela en vaudrait vraiment la peine. D'autant plus qu'il n'existe qu'une chose encore meilleure que savourer un bon repas: le plaisir d'avoir bonne conscience.

A propos de SV Suisse

SV Suisse appartient à SV Group, toutes les deux ont leur siège à Dübendorf. C'est un groupe innovant dans la restauration et la gestion hôtelière; il comprend cinq domaines d'activité commerciale: restauration collective, hôtels, restauration publique, restauration hospitalière et dans les homes ainsi que le service traiteur (catering) pour des events. L'entreprise emploie en Allemagne, Autriche et Suisse environ 8'500 collaborateurs et collaboratrices. Sous la marque SV Restaurant, le SV Group exploite 450 restaurants d'entreprise et restaurants scolaires, comptant ainsi parmi les premiers dans l'espace de ces trois pays.

En Allemagne et en Suisse, SV Hotel est une franchisee du leader mondial Marriott International. L'entreprise comprend des hôtels de la marque Courtyard, Residence Inn, Renaissance et Moxy. Le portefeuille inclut également deux hôtels plus petits appartenant à SV; l'un à Berne (La Pergola) et l'autre à Olten (Amaris).

L'entreprise est basée sur l'organisation à but non lucratif «Schweizer Verband Soldatenwohl», créée en 1914 par Else Züblin-Spiller, une véritable pionnière, qui proposait aux soldats des repas équilibrés à un prix abordable. SV Fondation perpétue les idéaux de l'association fondatrice. La fondation d'utilité publique est actionnaire majoritaire de SV Group et investit ses dividendes pour soutenir des projets destinés à promouvoir une alimentation saine ou le bien commun.

sv-group.ch, sv-stiftung.ch

Qualité bio et bien-être animal

Mélanie Hohl, Co-directrice KAGfreiland, à l'occasion du 2^e congrès spécialisé PSA sur la restauration «Manger avec du cœur», 28 septembre 2018, Olten

Leitung Projekte: Dr Tanja Kutzer
Leitung Kampagnen: Pascal Girod

Outre une organisation suisse de protection des animaux de rente, KAGfreiland est aussi un label bio. Nous nous engageons pour que les vaches, les cochons, les poules, les lapins et consorts vivent d'une manière conforme à leur espèce. Nous lançons des campagnes contre de mauvaises conditions de détention animale, nous montrons à travers des projets des solutions praticables pour la détention animale et enfin, nous essayons de sensibiliser l'opinion publique et le marché à une détention animale rigoureusement axée sur le respect des besoins des espèces animales. Notre acronyme recouvre toutes ces activités, menées dans une parfaite neutralité politique et confessionnelle.

Au lieu de nous cantonner à la critique, nous présentons des possibilités respectueuses des animaux. Afin de réaliser nos objectifs, KAGfreiland a élaboré les directives bio les plus sévères de Suisse; les 150 exploitations modèles qui travaillent et produisent sous notre label sont la preuve que ces directives peuvent être mises en œuvre.

Ses plus de 5'000 membres, donateurs et donatrices lui permettent de poursuivre son travail et de réaliser de nouveaux projets. Cela nous montre également que nous ne sommes pas seuls à formuler nos revendications! Notre travail est désormais plus important que jamais, car même si au cours des dernières années la sensibilité vis-à-vis de la durabilité et de l'alimentation a augmenté, la protection des animaux de rente ne ferait pas de progrès sans des organisations comme KAGfreiland. La conscience accrue dans l'alimentation nous sert à son tour pour des projets et des campagnes. C'est ainsi qu'en 2016, KAGfreiland a lancé la **campagne**

All of it – savourer avec la tête et le cœur (Genuss mit Hirn und Herz)

Les consommateurs et consommatrices suisses tendent de plus en plus à ne consommer que les morceaux de viande les meilleurs et les plus tendres. Les «bas morceaux» ou les abats sont vendus à des marchés étrangers. Alors que de grandes parties des animaux de rente sont aptes à la consommation humaine, elles sont transformées en alimentation animale ou d'autres matières premières. De surcroît, des études montrent qu'en Suisse, on jette tout juste deux millions de tonnes d'aliments par an!

La prospérité accrue ne fait qu'aggraver cette situation. Tant que les consommateurs lambda peuvent se permettre la viande noble, ils l'achètent, ce qui toutefois les éloigne des animaux de rente. Plus rien d'autre que ce qui est acheté tout emballé au supermarché n'est consommé. A leur tour, les supermarchés satisfont ce type de demande, bouclant ainsi le cercle vicieux. Une autre conséquence est la chute de l'estime et du sens des responsabilités vis-à-vis des animaux de rente.

La campagne de KAGfreiland «All of It – savourer avec la tête et le cœur» a rappelé qu'il y a d'autres parties de l'animal, moins appréciées que le steak et le filet, qui sont délicieuses. KAGfreiland sensibilise les consommateurs à cette thématique et leur permet de la vivre en leur dispensant des connaissances de fond, en leur proposant des recettes, des clips vidéo, des semaines thématiques au restaurant et des journées à l'abattoir. Non seulement nous avons atteint notre objectif d'éduquer le consommateur à devenir un acheteur conscient, mais nous avons pu rapprocher l'être humain de ses origines et renforcer son respect des animaux de rente.

2017 / 2018 porcelet de montagne (Alpsäuli)

Nous avons opté pour une approche radicalement différente pour le projet «Alpsäuli» (porcelet de montagne) toujours dans le cadre de la protection des animaux de rente.

KAGfreiland et la ferme Hof Biomonti à Scharans GR veulent prouver comment réaliser dans les conditions actuelles l'estivage des cochons en apportant ainsi une contribution précieuse à l'économie et à l'écologie dans l'économie alpestre.

Seuls quelques cochons isolés sont désormais détenus en estivage. Les animaux vivent en majorité dans des porcheries sur des sols en béton et sont amenés au poids d'abattage en étant nourris aux céréales. Aller au pâturage est un rêve irréalisable! En effet, ils ne peuvent assimiler qu'une partie du fourrage grossier et leur pigmentation claire ainsi que la mince couche de soie les rend sensibles aux coups de soleil. En outre, ils supportent mal les changements brutaux du climat alpin. Pourtant, ce type de détention animale est respectueux des animaux, les produits qui en découlent sont mis sur le marché à des prix élevés sous la dénomination «porc de montagne».

Voilà pourquoi KAGfreiland a lancé en été 2017 le projet pilote «Alpsäuli». 20 porcelets sevrés de la race Turopolje ont passé l'été à l'Alpe Selez dans le canton d'Uri. Sans ajout de fourrage, nous avons prouvé que la détention extensive d'une race de cochon qui s'y prête est possible sur les pâturages alpins! Les animaux sont restés en bonne santé et n'ont pas causé de dommages excessifs aux surfaces pâturées. La qualité de leur viande a été convaincante tant au niveau organoleptique que dans les analyses de laboratoire effectuées par Suisag; à l'occasion d'une soirée au restaurant, les consommateurs n'ont pas non plus ménagé leurs compliments. Nous vous devons quand même un aveu: il nous a été impossible de répondre à la forte demande pour ces produits carnés.

Par conséquent, à nouveau en 2018, 18 gorets Turopolje ont été placés en estivage à l'Alpe Selez. Les animaux ont reçu cet été 300 g de fourrage concentré par jour pour améliorer l'engraissement. Les gorets trouvent eux-mêmes la majorité de leur nourriture sur de vastes pâturages en contribuant d'ailleurs à endiguer l'expansion de la rose des alpes de manière naturelle sans toutefois causer de préjudice à la flore fragile ni à la faune. Tous les animaux ont été réservés longtemps avant la date de leur abattage pour la vente directe sur le marché, des soirées restaurants et des manifestations.

Pour avoir tous les détails sur le projet, consulter l'adresse www.alpsäuli.ch/projekt

Voici le dernier projet que je souhaiterais vous présenter aujourd'hui; il s'intitule **2018 / 2019 lapin dans l'herbe (Has im Gras)**

Même si la viande de lapin est un produit de niche en Suisse, seulement 43 % de la viande consommée est produite dans notre pays! A cela s'ajoute que la détention au sol est majoritaire et même le bourgeon n'exige pour les lapins que les conditions SST. Il y a donc définitivement du potentiel sur le marché pour la viande de lapin provenant d'élevages biologiques et conformes à l'espèce! Diverses enquêtes ont confirmé cette constatation.

En collaboration avec Albert Fässler, étudiant à la HAFL, KAGfreiland a conçu une détention pour lapins avec accès au pâturage, à la fois conforme aux besoins de l'espèce, praticable et intéressante sur le plan économique. On a développé un système d'écurie mobile qui offre un parcours généreux dans un pâturage et remplit les besoins des lapins. En l'occurrence, la construction devait également être rentable. Etant donné qu'à l'instar des vaches, les lapins consomment du fourrage grossier, l'idée est venue de les faire brouter de l'herbe sur des parcelles plus petites.

Un premier prototype a été fabriqué au printemps 2018 et occupé par des lapins d'engrais hybrides. La détention de ces derniers a été un succès; ni maladies ni pertes pendant l'engraissement et les taux de prise de poids étaient comparables à ceux d'une détention conventionnelle. Développé selon les prescriptions de KAGfreiland et certifié par le bourgeon, le mélange spécial du moulin agricole Alb Lehmann y certainement contribué.

Les aspects économiques de la gestion ont été enregistrés et analysés dans le travail de bachelor d'Albert Fässler. Ces derniers mettent en évidence qu'il faut encore diminuer la charge de travail pour la gestion et augmenter le prix de vente des carcasses pour être vraiment rentables. Vu qu'il ne s'agit que de changements mineurs à introduire, nous pouvons considérer que ce projet a été une réussite !

Pour avoir d'autres informations sur le projet, consulter l'adresse www.kagfreiland.ch/kampagnen/has-im-gras

Natur Konkret, le label le plus respectueux des animaux et de la nature en Suisse

Guido Leutenegger, propriétaire de l'entreprise Natur Konkret, à l'occasion du 2^e congrès spécialisé PSA sur la restauration «Manger avec du cœur», 28 septembre 2018, Olten

Le choix de ce titre relève bien sûr de la provocation. On peut l'interpréter comme arrogant et présomptueux. Or ce n'est pas le cas, il doit être compris comme une incitation à la réflexion.

Natur Konkret est un label autonome qui est contrôlé par des instances externes. Plus de 80 producteurs (agriculteurs) sont «rattachés» au label.

Les exigences suivantes sont au cœur du label:

- Les ruminants (bovins) sont nourris exclusivement d'herbe et de foin
- Ecornage interdit
- Elevage avec vache mère ; le veau reste avec sa mère durant 8 mois au moins
- Poules et porcs : nourriture 100 % bio, détention au pâturage et écuries mobiles
- Surfaces de promotion de la biodiversité: 15 % au moins

La détention en hiver est régulièrement sujette à polémique. Nous avons donc effectué des études complètes avec la clinique vétérinaire de Zurich, tout particulièrement sur le bien-être animal et la santé des onglons.

Conclusion: il n'y pas de type de détention plus respectueux des animaux lorsque la gestion va de pair. De même, des recherches globales ont été réalisées avec l'Institut de sécurité et d'hygiène alimentaire sur des germes résistants aux antibiotiques (ESBL) concernant nos poules. Plus de cent échantillons ont montré le lien entre conditions de détention et poules de race (pas d'hybrides).

Résultat: aucun échantillon positif

Au fond, le titre devrait plutôt être formulé comme suit :

Natur Konkret quotidiennement à la recherche de types de détention encore plus respectueux des animaux!

Consommateurs mal informés et publicité trompeuse

Ing. agr. dipl. Cesare Sciarra, Chef du Service de contrôle PSA à l'occasion du 2^e congrès spécialisé PSA sur la restauration «Manger avec du cœur», 28 septembre 2018, Olten

Contexte

Les consommateurs sont nombreux aujourd'hui à s'intéresser à la thématique de la «protection animale». Presque toutes les enquêtes auprès des consommateurs et consommatrices sur leur panier de marchandises placent très haut les questions de protection animale lorsqu'il faut répondre à la question des critères considérés comme importants pour la production de denrées alimentaires d'origine animale. En l'occurrence, les idées de la population ne sont pas si erronées quant à ce qui serait le meilleur pour les animaux. Par contre, les idées sont floues en ce qui concerne les prestations des paysans dans la détention animale et ce qui est réalisable dans une agriculture pratiquée dans des conditions climatiques, topologiques et économiques données. Les sources d'information solides sont dispersées, difficiles à trouver en dépit d'internet et souvent traitées de manière discutable.

La publicité n'hésite pas à exploiter les déficits précités auprès des consommateurs. De jolies images bucoliques sont utilisées pour illustrer une réalité souvent toute différente. Il y a une véritable inflation dans l'utilisation et dans la fréquence d'expressions tendance comme «bien-être animal», «durable» ou «local» avec des concepts publicitaires qui recourent à des interprétations tout à fait douteuses sans lien aucun avec la réalité à l'écurie et au pâturage.

En dépit de quelques très louables exceptions, on a l'impression qu'au cours des dernières années tant les producteurs, les transformateurs et les distributeurs que les consommateurs recherchent de moins en moins des solutions effectivement réalisables; d'une part, on entend des revendications presque utopiques dans les conditions économiques actuelles et, d'autre part, on émet des promesses impossibles à réaliser pour le bien-être animal.

Or il existe des approches pragmatiques qui apportent quelque chose aux animaux et à leur mise sur le marché. Mais il faut être clair et transparent dans la présentation de la réalité et donner une information correcte.

La seule question à se poser est comment rapprocher de ces systèmes de détention animale déjà existants et susceptibles d'être développés, les êtres humains, dans leur rôle de consommateurs et d'électeurs ainsi que dans leur rôle de décideurs dans l'industrie et le commerce ou en qualité de politiciens ou encore d'influenceurs.

Examinons déjà ce que j'entends par approches pragmatiques logiques.

Approches pragmatiques logiques pour une protection des animaux de rente qui soit vendable

Que recèlent les concepts de détention d'animaux de rente qui, d'une part, doivent octroyer de meilleures conditions de vie aux animaux et, d'autre part, pouvoir être mis en œuvre par leurs détenteurs avec des dépenses raisonnables? En premier lieu, on s'appuie sur les découvertes de la recherche éthologique appliquée, c'est-à-dire sur l'observation des séquences de mouvements naturels, des modes de comportement innés, des choix de comportement et des indices de stress. En l'occurrence, on procède selon le modèle suivant:

- Quels sont les modes de comportement et les séquences de mouvement chez les animaux, lorsqu'ils jouissent d'une liberté totale?
- Que se passe-t-il quand on commence à restreindre la liberté d'épanouissement pour rendre possible la mise en œuvre économique dans les fermes et dans quels cas les

animaux peuvent-ils encore manifester +/- tous les modes de comportements naturels, ne pas acquérir des troubles du comportement et éviter douleur et blessures?

On peut ainsi développer des systèmes de détention qui à la fois aident à protéger les animaux de la surcharge sans toutefois avoir la prétention d'être un «paradis pour animaux» tout en étant applicables par les paysans et financièrement accessibles aux consommateurs.

Citons parmi les bons exemples de ces développements les logettes de mise bas avec liberté de mouvement pour les truies, qui peuvent être réduites à 6,5 m² sans que les truies aient des problèmes d'adaptation au moment de la mise bas. En dessous de ces dimensions, la truie risque d'écraser les porcelets. Ou encore la taille et la forme des boxes de couchage pour les vaches qui en changeant légèrement la position des barres garrot, des arceaux ou des arceaux de séparation pour logettes, peuvent entraîner des modes artificiels pour se relever, des blessures ou même l'impossibilité de se lever. Des développements semblables ont été ou sont élaborés pour des systèmes de volières pour les poules avec parcours libre; notons que la taille et la forme des installations ne suffisent pas à elles seules à ce que les animaux s'en sortent dans leur environnement. Les éléments d'occupation, l'air frais, l'alimentation et, dans une mesure importante, l'élevage jouent un rôle déterminant pour le bien-être des animaux. Le facteur humain joue lui aussi un rôle déterminant, c'est-à-dire que la personne a suffisamment de temps pour s'occuper des animaux et les observer et a les connaissances et capacités nécessaires pour en tirer les conclusions qui s'imposent pour une bonne gestion.

Les exigences des labels pour la détention animale ou les programmes de détention animale dans l'ordonnance sur les paiements directs de la Confédération suisse se fondent sur ce type de constats et essaient – selon les compromis négociés ou la capacité de s'imposer aux niveaux politique ou financier – de prendre en compte plus ou moins bien les besoins des animaux dans la pratique agricole.

Approches pragmatiques logiques pour une indemnisation du surcroît de dépenses des paysans

Les efforts supplémentaires consentis pour la protection animale entraînent en général au début un surcroît d'investissements chez les agriculteurs. En effet, ces efforts causent quotidiennement davantage de travail et d'utilisation de ressources (paille, fourrage, etc.) et moins de rendement puisque moins d'animaux sont autorisés, par surface et en partie par unité de temps. Une rémunération suffisante des paysans est une composante extrêmement importante pour le maintien de standards de qualité.

Ici aussi en Suisse on a développé à mon avis un très bon système à paiement en deux étapes pour les surcroûts de dépenses chez les paysans: d'une part, les surcroûts de prix pour remplir les exigences des labels réglementés au niveau du droit privé et, d'autre part, les paiements directs de la Confédération conformément aux prestations.

Le label en général permet de récupérer sur le marché une partie du surcroît de dépenses. De plus, il se prête bien à une utilisation publicitaire, on peut rattacher +/- les raisons du prix plus élevé aux produits et les expliquer; de leur côté, les labels, particulièrement ceux qui appartiennent aux détaillants, stimulent la poursuite du développement des standards de production concernant la protection des animaux en raison de la situation de concurrence. Il est également idéal que l'on puisse en qualité de consommateur piloter l'offre au moyen de son comportement d'achat. Du point de vue social, ces labels de droit privé, à eux seuls, ont toutefois l'inconvénient que les personnes à petits revenus ne peuvent pas toujours se permettre les produits labellisés. Et sans mesures complémentaires, elles ne peuvent pas influencer les formes de détention et l'origine des produits animaux, même si elles y sont intéressées.

En revanche, dans les programmes de l'ordonnance sur les paiements directs versés à l'agriculture, il s'agit d'un consensus politico-sociétal: notre société soutient un surcroît de prestation dans le domaine des animaux de rente indépendamment du marché. Une partie du surcroît de dépenses des paysans peut ainsi être financé par les recettes fiscales à travers les paiements directs en fonction des prestations. Le financement par les recettes fiscales signifie qu'une partie des prestations supplémentaires souhaitées est indemnisée en étant amortie socialement puisque les hauts revenus contribuent davantage aux paiements que les faibles revenus à travers les impôts.

A mes yeux, les arguments précités plaident en faveur d'un fonctionnement conjoint de ces deux systèmes pour déployer leurs effets au maximum, ce qui n'est pas possible s'ils fonctionnent isolément. Si les transformateurs et les acheteurs de produits commencent à ne considérer que les dispositions des paiements directs sans surcroît de prix comme base de leurs acquisitions, ils contournent ainsi les contrôles et examens sévères des flux de marchandises auxquels sont soumis les labels privés et privent les paysans d'une partie du revenu supplémentaire dont ils ont besoin. Si en plus, on ne mise plus que sur les labels de droit privé, l'ensemble des surcoûts doit être répercuté sur les acheteurs avec les conséquences négatives dramatiques qui s'ensuivent pour la vente de produits acceptables sur le plan de la protection animale.

En résumant les deux derniers chapitres, j'en conclus que s'il y a un intérêt véritable à améliorer la protection des animaux de rente en Suisse, il faut impérativement contribuer à ce que les consommateurs soient mieux et plus précisément informés sur les conditions effectives de détention, renoncer aux «fausses» publicités et aider au maintien des suppléments pour les bons labels, ainsi que des paiements directs liés aux prestations.

La restauration et son contexte

Le point de départ dans le domaine de la restauration est bien plus complexe que dans le commerce de détail, car qui sont les «consommateurs» dans la restauration? Est-ce que ce sont les clients vis-à-vis des restaurants et des cantines? Est-ce que ce sont les cuisiniers, les propriétaires de restaurants, les exploitants de cantines face aux fournisseurs et grossistes pour la restauration et aux marchés CC? Ou est-ce que ce sont les fournisseurs et grossistes pour la restauration vis-à-vis des abattoirs et des boucheries? Dans le domaine de la restauration, l'offre et la demande sont bien plus différenciées que dans le commerce de détail.

Là aussi, l'intérêt pour les critères de protection animale est de moins en moins pris en considération. Il y a toutefois carence de connaissances et d'informations, et ce encore bien davantage que dans le commerce de détail.

La publicité avec le thème de la protection animale n'est que rarement perceptible dans la branche de la restauration. En l'occurrence, on assiste à une augmentation nette de la publicité sur les menus de restaurants ou dans les panneaux et commerces en ligne des fournisseurs et grossistes pour la restauration avec des termes comme «Nature...», «de la région», «du boucher du coin» qui, dans des formulations floues, peuvent aller lentement dans la direction de la concurrence «déloyale».

Mais ce que l'on entend le plus souvent, c'est: «Protection des animaux? Cela n'intéresse pas mes clients» ou «Protection des animaux? – ce n'est pas dans l'assortiment de mon fournisseur». Les deux énoncés me paraissent faux, étant donné que la majorité des fournisseurs et grossistes pour la restauration seraient tout à fait en mesure de reprendre dans leur assortiment des produits d'origine animale provenant de meilleurs labels et à tous les niveaux de la restauration on pourrait maintenant se démarquer face à une partie de la clientèle par des produits de label de bonne qualité présentés honnêtement.

Mesures applicables dans le domaine de la restauration

Face au client du restaurant, une déclaration bien visible et crédible sur la provenance de la viande donnerait déjà de grandes possibilités de se démarquer par rapport à la concurrence où en général on ne voit rien et où il faut demander plusieurs fois, souvent même réclamer la déclaration de provenance imposée par la loi. Miser sur des labels bien connus dans le commerce de détail serait d'un grand secours plutôt que miser sur des définitions douteuses comme «Natura-viande...», «du boucher du village» ou d'autres dénominations difficilement compréhensibles du même type. Je nourris de grands espoirs pour les coopérations entre acheteurs et restaurants ou chaînes de restauration de petite ou moyenne importance, pour améliorer les chances sur le marché en misant fortement sur la protection animale.

Le modèle à suivre dans la restauration collective est le SV Group; il montre comment on peut marquer des points et soutenir une meilleure détention des animaux de rente grâce à une bonne communication des produits issus du bien-être animal, vis-à-vis des clients dans les cantines, mais aussi vis-à-vis de leurs propriétaires où SV Group propose ses services. Ce que les entreprises privées peuvent faire, les acheteurs publics doivent aussi y arriver, par exemple dans les cantons pour l'approvisionnement des crèches et des écoles. L'Armée suisse a tout de même montré qu'en passant à des viandes exclusivement de provenance suisse, on peut aussi faire quelque chose dans le segment à bas prix, il suffit de le vouloir.

Chez les fournisseurs et grossistes pour la restauration, des produits de détention respectueuse des animaux seraient tout à fait disponibles. Chez Transgourmet / Prodega ou également chez TopCC, de tels produits sont de plus en plus présents et les deux entreprises auraient du fait de leur appartenance l'une au groupe Coop et l'autre au groupe Spar, de meilleures possibilités d'accéder à de bons produits de label. A mon avis, ces produits sont toutefois encore très mal diffusés sur le marché.

Où est-ce que la PSA va continuer à travailler dans le domaine de la restauration?

Environ la moitié des denrées alimentaires d'origine animale en Suisse est utilisée en Suisse. Afin d'augmenter ici également la part de produits de détention respectueuse des animaux, la PSA va se pencher sur les éléments suivants:

Coopérations d'achat axées sur la protection animale

Les chaînes (petites et grandes) de la restauration ainsi que les acheteurs publics (écoles, etc.) ont un gros potentiel pour se muer en précurseurs sur un marché de la restauration innovant avec orientation marquée vers la protection animale. Dès lors, la PSA recherchera encore davantage la collaboration avec des entreprises de ce segment qui manifestent de l'intérêt pour la protection animale.

Poursuite de la collaboration avec GastroSuisse

Grâce aux bons contacts existants avec GastroSuisse, il a été possible de s'attaquer à de premières campagnes d'information dans le domaine de la restauration. Le dépliant d'information sur la protection animale est un premier exemple de cette collaboration prometteuse.

Contrôle de l'origine par test ADN de Viande Suisse

Depuis l'été 2018, Proviande est en train d'introduire le contrôle de l'origine par test ADN. Ces contrôles de provenance sont un système indépendant pour contrôler la déclaration de provenance pour la viande suisse de bœuf et de veau. A l'avenir, on pourra à tout moment prouver que de la viande et des produits carnés munis de la déclaration de provenance suisse proviennent effectivement d'animaux détenus et abattus en Suisse. Le lien direct avec la base de données de transit des animaux permettrait de contrôler indirectement le type de détention des animaux en question. La possibilité de contrôler également la viande transformée, par exemple le filet sur l'assiette du client au restaurant, rend ce test particulièrement intéressant. En effet, le contrôle de l'origine par test ADN donnera la possibilité à tous les acteurs du marché d'attester tout au long de la chaîne de valeur ajoutée de la viande qu'ils

agissent avec soin et sens des responsabilités. Et naturellement, ce nouveau système de contrôle rendra la détection des abus dans la déclaration plus simple et plus rapide, ce qui pourrait se révéler d'une extrême utilité pour la protection des animaux. Ce test n'existe toutefois que pour les bovins.

«Modèle de comparaison des types de production» du service de contrôle de la PSA

Il s'agit ici d'un modèle uniforme d'évaluation par espèce animale qui permet de comparer directement les dispositions de détention et les provenances de production par rapport aux exigences en matière de protection animale. Nous souhaitons ainsi créer de la transparence en montrant les sources d'approvisionnement et leurs qualités de protection animale chez les différents fournisseurs sur le marché. En l'occurrence, ces derniers sont les commerces de détails ainsi que les fournisseurs et grossistes pour la restauration, les chaînes de restauration, les organisations de label, les sociétés d'importation et les organisations de producteurs.

Ce modèle de comparaison donne l'occasion aux entreprises de la restauration de montrer qu'elles ont une offre effectivement meilleure que les autres. C'est aussi une opportunité pour les fournisseurs et grossistes pour la restauration de revaloriser leur «offre de bien-être animal» et d'en faire la publicité. Mais c'est également une possibilité pour les organisations de producteurs ou les entreprises de production, par exemple dans le segment des poulets de chair, de montrer quels sont les «produits de bien-être animal».

Conclusion

En résumé, les énoncés ci-dessous sont déterminants pour les activités actuelles dans la protection des animaux de rente d'une manière générale et plus spécifiquement dans le segment de la restauration:

- Davantage de transparence et d'informations sont nécessaires en ce qui concerne la question «qu'est-ce qu'une bonne protection des animaux de rente»?
- NO GO: promesses mensongères dans la publicité
- Achats respectueux des animaux dans le domaine de la restauration:
 - Se servir de bons labels, et non pas exclusivement des programmes de l'ordonnance sur les paiements directs
 - MONTRER à l'extérieur du restaurant ce qui figure dans l'offre
- PSA:
 - Inclusion accrue et soutien renforcé des petits et moyens fournisseurs et entrepreneurs de la restauration ainsi que des services de restauration privés et publics dans la mise en œuvre d'un panier de marchandises respectueux des animaux
 - Construction et utilisation du modèle de comparaison des types de production pour l'information du grand public
 - Soutien au contrôle de l'origine par test ADN

Notes

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

