

Beelong calcule le respect des aliments pour la planète

Charlotte de La Baume et Mathias Faigaux ont lancé un indicateur qui évalue l'impact des denrées alimentaires sur l'environnement et proposent des pistes d'amélioration aux entreprises

Antoine Hürlimann

Cuisiner avec des produits locaux coûte plus cher qu'avec des aliments d'importation. Si cette affirmation vous semble correcte, vous avez tout faux. Charlotte de La Baume et Mathias Faigaux, les deux associés à la tête de l'indicateur Beelong, en apportent la preuve sur leur site Internet avec deux recettes d'omelette campagnarde. La première est réalisée avec des produits régionaux, la seconde avec des denrées alimentaires importées des quatre coins de l'Europe. Dans la version essentiellement locale, avec du jambon, du sbrinz et des tomates suisses, des champignons d'Aigle, des œufs de Fribourg et de la ciboulette du Portugal (seul ingrédient importé), l'addition se monte à 13 fr. 95. Dans la version cuisinée avec des ingrédients venus d'ailleurs - du jambon et des champignons des Pays-Bas, des tomates d'Espagne, du grana padano râpé d'Italie, des œufs de France et la même ciboulette du Portugal -, la douloureuse est majorée de 4 centimes. C.Q.F.D. Consommer des aliments locaux et de saison est non seulement une démarche écologique mais aussi intéressante pour le portefeuille.

Concrètement, l'indicateur Beelong, imaginé par des étudiants de l'École hôtelière de Lausanne (EHL) en 2008, mesure l'impact des achats de nourriture et de boissons sur l'environnement. Son analyse poussée permet de cerner les bonnes pratiques en la matière et de suggérer des pistes d'amélioration aux restaurateurs ou aux distributeurs qui ont demandé une évaluation de leur offre. Cela, c'est pour la théorie. Dans la pratique, Charlotte de La Baume et Mathias Faigaux, aujourd'hui établis au sein de l'incubateur d'entreprises de l'EHL, posent leur diagnostic sur un produit en se basant sur cinq critères bien définis: la provenance, la saison, le mode de production, le degré de transformation des denrées alimentaires, le climat et les ressources. Ils attribuent à chaque critère une note allant de A à G, la première étant la meilleure évaluation possible. La moyenne de ces notes détermine la performance environnementale d'un produit agroalimentaire ou encore d'une commande faite par un restaurateur regroupant plusieurs achats.

Le symbole de l'abeille

Si le but de la société est clair, son nom, Beelong, peut paraître énigmatique. Mais, en y regardant de plus près, ce mot, issu de la langue de Shakespeare, est on ne peut mieux choisi. «Bee, l'abeille, est un symbole fort de l'impact de l'homme sur son environnement», peut-on lire sur son site Internet. Long, terme identique en français, fait lien avec la notion de développement durable, alors que le verbe belong to, appartenir à, affirmer haut et fort que nous appartenons «à la même planète, à la même communauté de gens écoresponsables».

Pour faciliter la compréhension de leur système de notation, les deux associés joignent des couleurs à leurs évaluations. Sur le modèle de l'étiquette-énergie, la note A est sur un fond vert foncé, et, plus le diagnostic est négatif, plus le fond de couleur tire sur un jaune orangé



Charlotte de La Baume et Mathias Faigaux veulent que la durabilité d'un produit devienne un critère d'achat comme un autre. DOMINIC FAVRE

pour finir sur un rouge vif, à la note G. «On considère qu'une évaluation est positive tant que la note est dans le vert, soit avec un C au minimum», explique Mathias Faigaux. Charlotte de La Baume complète: «Les détails sont importants et peuvent avoir un grand impact sur une évaluation globale. Nous avons répertorié près de 43 000 produits, ce qui nous permet d'être extrêmement précis et de ne rien laisser au hasard.»

Charlotte de La Baume et Mathias Faigaux, en vrais passionnés, veulent véritablement changer les habitudes des

consommateurs. «On aimerait que les clients rajoutent un critère lorsqu'ils font leurs achats. En plus de la qualité et, notamment, du prix, il nous paraît indispensable de penser au développement durable», explique le premier. Charlotte de La Baume poursuit: «C'est aussi une manière de valoriser l'artisanat. Depuis trois ans, avec Beelong, on a observé dans la restauration que le consommateur rapide, par exemple des plats déjà faits, était la norme. Mais on revient de plus en plus à des produits locaux et peu transformés.»

Pour parvenir à ancrer dans les esprits ce nouveau critère de sélection «indispensable», les dirigeants de Beelong souhaitent développer leur indicateur auprès des différents distributeurs présents sur le marché. «Nous travaillons déjà avec près de quatre-vingts partenaires, qu'ils soient institutionnels ou privés», détaille Charlotte de La Baume. Mais pour que le client soit gagnant, il faudrait que les étiquettes dans les grandes surfaces soient plus claires. On devrait pouvoir trouver le lieu de production et d'origine du produit en un coup d'œil. Mais cela n'est pas encore le

cas.» Ainsi, pour traiter le problème à la source, Beelong doit «s'immiscer dans l'industrie», explique Mathias Faigaux. Et poursuit: «Bischofszell (BINA), l'une des entreprises du groupe Migros, s'est engagée pour le développement durable et rendra disponibles les notes Beelong pour l'ensemble de son assortiment destiné à la gastronomie dès 2018. C'est un grand pas en avant.» Autre exemple de taille, cette fois dans les centres commerciaux Migros, les huiles, les moutardes et les vinaigres du Moulin de Sévery seront aussi accompagnés des notes Beelong sur les étals.

La Terre Ô Fées ravit les papilles durablement

Les assiettes du Restaurant Terre Ô Fées, à Engollon (NE), sont garnies avec des aliments exemplaires. C'est du moins le résultat de l'analyse faite par Beelong et mandatée par les propriétaires du restaurant, Bertrand et Sylvie Comtesse. «Ces restaurateurs faisaient partie des tout bons élèves», assure Mathias Faigaux, un des associés à la tête de Beelong. Et pour cause: le couple de tenanciers a juste dû abandonner l'huile d'arachide qu'il utilisait pour les fritures et se mettre à l'huile de tournesol, de production suisse.

«Nous voulions voir si nous étions dans le vrai, communiquer autour de notre activité et de notre philosophie», explique Bertrand Comtesse. Et leur philosophie:

est... féérique! Le Restaurant Terre Ô Fées se trouve dans un cadre idyllique, au milieu d'une nature préservée. Les abeilles butinent dans le jardin potager de l'établissement, impressionnant de diversité, l'eau s'écoule lentement en contrebas des champs où Bertrand Comtesse, agriculteur de formation, cultive son blé et, pour ne citer qu'elles, ses pommes de terre. «J'étais ce qu'on peut appeler un agriculteur traditionnel, détaille le propriétaire de la Terre Ô Fée. J'utilisais des produits chimiques, car je n'avais pas appris d'autres manières de faire que celle-ci.» Et de poursuivre: «Puis, après une longue remise en question, j'ai décidé de faire totalement différemment.» L'agriculteur a jeté aux oubliettes les

différents pesticides et engrais, et suit désormais le rythme de la nature. «Il faut accepter de perdre en rendement. Le produit s'en trouve meilleur et le sol aussi. Sans parler de la santé du consommateur!» Ses produits sont à déguster à la table de son restaurant, dont 95% des produits bruts sont transformés en cuisine. Du vrai fait maison.

Terre Ô Fées Rue de l'Eglise 4, 2063 Engollon, 032 852 04 93, terreofees.ch

Visionnez la vidéo sur restauration.24heures.ch

Gagner la Suisse allemande

L'objectif des deux entrepreneurs est maintenant de se développer outre-Sarine, avec des distributeurs de grande ampleur. «Nous avons déjà quelques partenaires dans la région zurichoise depuis peu, et nous espérons que ce n'est que le début, jubilent Charlotte de La Baume et Mathias Faigaux en cœur. En travaillant avec de grosses enseignes, notre système de notation se démocratisera plus vite qu'avec des petites, jusqu'à progressivement rentrer dans la norme et, pourquoi pas, dans la législation sur les denrées alimentaires.»

Demain: Ce tourisme valaisan qui mise sur le silence et le beau.

Retrouvez tous les articles de «Demain la Suisse» sur dls.24heures.ch