

CIRCUITS COURTS & AGRICULTURE BIOLOGIQUE

L'agriculture biologique garantit un mode de production respectueux de l'environnement et de la santé des consommateurs. Les circuits courts permettent, eux, de renouer avec l'origine des produits et de retrouver pleinement confiance dans ceux qui les cultivent.

Les produits biologiques de pleine terre, cultivés par un agriculteur local partenaire, garantiront la qualité et la saveur de vos assiettes!

Un "circuit court", kezaiko?

S'il remporte de plus en plus de succès, le circuit court ne jouit pas encore d'une définition officielle au niveau belge.

La Région wallonne et le Ministère de l'Agriculture français retiennent un seul critère: le circuit court peut intégrer **maximum un intermédiaire** entre le producteur et le consommateur.

D'autres acteurs insistent en plus sur le lien avec le producteur (équité de la rémunération, engagement sur le long terme, etc.) et/ou une distance maximale entre le lieu de production et le lieu de consommation.

❖ POURQUOI SE LANCER?

- Pour répondre à une **demande croissante des consommateurs**
En Belgique, la consommation de produits biologiques augmente chaque année. Entre 2009 et 2010, les dépenses des familles pour le bio ont progressé de 20 % (GfK Benelux).
- Pour avoir des **garanties sur les méthodes de culture**
- Pour assurer la **fraîcheur** et le **goût** de ses préparations
- Pour apporter de la **diversité** et de l'**originalité** aux menus
- Pour ajuster au mieux **ses achats** aux besoins
- Pour **valoriser au maximum** les fruits et légumes
- Pour soutenir l'**économie locale**
- Pour contribuer à la **protection de l'environnement**
- Pour diminuer ses **déchets**

❖ POUR DEMARRER

(P) Impact sur le Prix / (Q) Impact sur la Qualité

Achats

- Pour garder la maîtrise de son budget, l'intégration de produits biologiques et/ou en circuit court se fait **progressivement**, produit par produit ou par catégories de produits (légumes, pain, céréales, épices, etc.), en fonction des priorités et des contraintes de chaque établissement, et en tenant de plusieurs aspects, notamment:

- Certains produits pèsent peu dans le **coût denrées de l'assiette**. C'est par exemple le cas de la majorité des légumes, des céréales, des oeufs, etc. qui ne représentent souvent que quelques cents de matière première. Quand on tient compte des coûts globaux de l'établissement, le surcoût d'un passage en bio et/ou circuit court pour ces produits a dès lors un impact minimal sur l'équilibre budgétaire et les apports de la différence de qualité en valent souvent la peine. **(P)**
- Rien à voir entre un poulet de batterie et un poulet fermier, entre un oeuf de plein air ou un oeuf industriel (comparez la couleur du jaune!), entre un concombre et une tomate de pleine terre muris au soleil et des produits cultivés hors sol sous serre chauffée... Pour plusieurs produits, la **qualité gustative et/ou nutritionnelle** sera vraiment supérieure s'ils sont d'origine biologique et/ou de production fermière. **(Q)**
- Si on respecte la **saisonnalité**, les **fruits et légumes** biologiques sont régulièrement à prix équivalents, voire moins chers, que les produits conventionnels. Même si on ne passe pas en bio définitivement sur ces produits, ça vaut toujours la peine de comparer les prix. **(P)**
- Pour les produits biologiques et/ou issus de circuits courts, tout comme pour les produits conventionnels, choisir les **grands conditionnements** ou les produits en **vrac** permet d'obtenir de meilleurs prix au kilo. **(P)**

En cuisine

- Alors qu'une pomme conventionnelle présente en moyenne plus de 15 résidus de pesticides selon les études, les produits biologiques offrent un avantage incontestable: ils ne doivent pas être épluchés. Un bon **brossage** suffit. Vous gagnez du temps et jusqu'à 15% de matière première. **(P)**

En salle/au comptoir

- Certains produits biologiques et artisanaux offrent une densité nutritionnelle supérieure aux produits conventionnels. C'est par exemple le cas si on compare un pain bio artisanal et complet à une baguette blanche industrielle. Pour compenser le surcoût du premier, il est alors possible de réduire le **grammage**, tout en offrant une meilleure qualité et la même satiété à la clientèle. **(P)** (voir exemples chiffrés ci-dessous)
- Les **boissons** aussi peuvent être biologiques et/ou artisanales issues de circuits courts. Elles offrent alors l'avantage de visibiliser l'engagement durable de l'établissement auprès de sa clientèle. Quand un nouveau produit est ajouté à la carte, il est utile de fixer une période test de quelques semaines pour s'assurer qu'il rencontre du succès au prix proposé. **(Q)**
- Les consommateurs actuels sont friands de "locavorisme". Une **communication** adéquate sur les producteurs partenaires, par ex. sur la carte des menus, contribuera incontestablement à la bonne image de l'établissement. La communication sur les produits biologiques est quant à elle réglementée (voir Ressources ci-dessous). **(Q)**

❖ POUR ALLER PLUS LOIN

Achats

- Si l'équipe de cuisine est suffisamment formée et créative pour s'adapter, l'achat de fruits et **légumes non calibrés**, "moches" ou en **surplus** permet d'obtenir de très bons prix pour des produits d'excellente qualité gustative et de compenser l'éventuel surcoût du bio et/ou du circuit court. **(P)**

- Un établissement qui souhaite se fournir régulièrement en circuit court peut nouer un **partenariat** avec un producteur ou une coopérative de producteurs. Il est alors utile de prendre le temps d'une vraie rencontre pour bien définir et communiquer ses besoins et ses exigences en termes de prix, qualité, quantités, rythme de livraison, conditionnements, etc. **(P) (Q)**
- Opter pour les circuits courts, ça donne la possibilité de passer des **commandes personnalisées** au producteur: variétés originales, jeunes légumes, pains spéciaux, affinement des fromages, etc. **(Q)**
- Des achats en circuits courts, c'est aussi l'occasion de **(re)découvrir des produits** oubliés (légumes anciens, herbes aromatiques, etc.), originaux (fleurs, plantes sauvages, etc.) et artisanaux (pâtés, terrines, fromages, pains, escargots, etc.) qui ne manqueront pas de séduire la clientèle. **(Q)**
- Pour obtenir de bons prix d'achat et mutualiser les coûts de livraison, plusieurs établissements peuvent **grouper leurs commandes** auprès d'un même fournisseur en circuit court. **(P)**

En salle/au comptoir

- Des études ont montré que la **teneur en matière sèche** des légumes feuilles, des légumes racines, des bulbes et des tubercules biologiques est globalement supérieure comparativement aux produits de l'agriculture conventionnelle. Cela signifie qu'on peut réduire légèrement les **quantités** pour un même résultat dans l'assiette. **(P)**
- Pour un établissement qui sert des produits biologiques toute l'année, et a fortiori ceux qui proposent une offre presque 100% biologique, il est intéressant de le faire savoir à sa clientèle. Attention toutefois, le secteur bio est réglementé en Belgique et il est obligatoire de demander la **certification** auprès des autorités reconnues pour pouvoir communiquer à ce sujet (voir Ressources). **(Q)**
- Si l'établissement intègre des produits artisanaux et/ou bio dans son offre (boissons, confitures, miel, etc.), pourquoi ne pas aussi les mettre en **vente directe** dans l'établissement? Une façon d'assurer une rentrée supplémentaire avec peu de surcoût de travail. **(P)**

❖ **EXEMPLES CHIFFRES**

SANDWICH CLUB:

Conventionnel (grande distribution/produits de marque):

Ingrédients	Poids	Prix* / unité (marque)	Coût
Baguette de campagne	125 g	0,95€ / 250 g (Carrefour)	0,475€
Mayonnaise au citron	20 g	1,982€ / 300 ml (Solucious/Devos Lemmens)	0,132€
Jambon cuit dégraissé	20 g	12,710€ / kg (Solucious/Boni)	0,254€
Gouda en tranches	20 g	12,138€ / kg (Solucious/Brugge)	0,243€
Tomate (hors saison)	30 g	2,207€ / kg (Solucious/grappe)	0,066€
Concombre en tranches (hors saison)	20 g	1,092€ / 300 g (Solucious)	0,073€
Salade (hors saison)	5 g	1,316€ / 300 g (Solucious / feuille chêne rouge)	0,022€
TOTAL	240 g		1,265 €

* Prix tvac

Biologique:

Ingrédients	Poids	Prix* / unité (marque)	Coût
Baguette blanche artisanale	110 g	1,05€ / 220 g (Le Bon Pain)	0,525€
Mayonnaise	20 g	3,40€ / 300 ml (Nos Pilifs/De Hobbit)	0,227€
Epaule cuite	20 g	14,94 € / 800g (BioSain/Coprobio)	0,374€
Fromage en tranches	20 g	12,00€ / kg (Ferme de Nizelles ou Ferme artisanale de Genappe)	0,240€
Carottes (de saison)	30 g	0,83€ / kg (BioSain)	0,020€
Chou rouge (de saison)	20 g	1,05€ / kg (Nos Pilifs)	0,021€
Céleri rave (de saison)	5 g	1,60€ / kg (Nos Pilifs)	0,008€
TOTAL	225 g		1,415 €

moins cher que la version conventionnelle

plus cher que la version conventionnelle

Circuit court / de saison:

Ingrédients	Poids	Prix* / unité	Coût
Baguette blanche artisanale (bio)	125 g	1,05€ / 220 g (Le Bon Pain)	0,525€
Mayonnaise	20 g	2,40€ / 300 ml (KetJep)	0,160€
Jambon cuit	20 g	15,30 € / kg (Cuvry)	0,310€
Fromage en tranches	20 g	12 € / 2,2 kg (BioSain/Bioferme)	0,109€
Carottes (de saison)	30 g	0,83€ / kg (BioSain)	0,020€
Chou rouge (bio) (de saison)	20 g	1,04€ / kg (BioSain)	0,014€
Céleri rave (bio) (de saison)	5 g	0,93€ / kg (BioSain)	0,005€
TOTAL	240 g		1,143€

moins cher que la version conventionnelle

plus cher que la version conventionnelle

Synthèse:

Ingrédients	Poids	Coût total
Conventionnel	240 g	1,27 €
Biologique	225 g	1,42 €
Circuit court/saison	240 g	1,14 €

Remarques:

- Le pain de qualité (artisanal et biologique) permet de diminuer le grammage de la baguette pour une même satiété.
- La mayonnaise bio et artisanale est sensiblement plus chère > deux solutions:
 - diminuer la quantité, ce qui sera tout bénéfique tant pour le goût que pour la santé de la clientèle;
 - faire une mayonnaise maison (voir fiche Cuisine maison & produits frais).

❖ ILS LE FONT DÉJÀ: TÉMOIGNAGES

Stéphanie Vermeersch, Chef chez soi (service traiteur):

« Depuis qu'on propose du durable, ça marche très bien. Ça a beaucoup renforcé notre activité. »

Frédéric Verhulst, BHV (petite restauration):

« En achetant les surplus en circuits courts, je ne choisis pas les produits. Ça me permet d'avoir un bon prix, mais aussi de garantir la diversité et de faire des découvertes! »

José Bingoni, Slurps (restaurant et service traiteur) :

« Le bio est environ 10% plus cher, mais le goût et la qualité sont incroyables! Les saveurs des légumes bio de pleine terre sont totalement différentes, et on fait vivre les petits agriculteurs du coin. (...)

En ayant choisi un boulanger artisanal avec qui je traite en direct, je peux lui commander exactement ce que je veux: des pains aux noix, aux raisins, au maïs, etc. »

Philippe Renoux, Orphyse Chaussette (restaurant):

« Ce qui compte, c'est la relation avec le producteur. Il plante ce que je lui demande. (...)

Qu'est-ce qu'on compare? Un poulet de 40 jours bourré d'antibiotiques a le même nom qu'un poulet bio de 120 jours. Mais ce n'est pas le même produit! (...)

Si les salades sont fraîches, elles sont encore vivantes et gardent longtemps. »

Stefan Jacobs, Va-Doux-Vent (restaurant):

« Plus on va loin dans la démarche, plus on diversifie ses producteurs pour trouver la qualité qu'on cherche. Je consacre environ 4 heures par semaine à aller chez les producteurs, faire la cueillette, etc. (...)

Ce qui est important, c'est la transparence. C'est utile de communiquer sur ses partenaires et fournisseurs. J'ai des clients qui sont allés eux-mêmes chez le producteur pour des produits qu'ils avaient découverts chez moi. »

Christian Thirilly, Crescendo (restaurant):

« On a évolué petit à petit, produit par produit. Il faut regarder ce qui est le principal, le diminuer et travailler le secondaire et l'accessoire. Aujourd'hui, on propose du tout bio pour les incontournables burgers et sandwiches club et les prix se sont lissés. (...)

Un label n'amènera pas plus de clientèle: il faut que le produit soit "waouw"! Le succès ne viendra pas d'une autorité extérieure. (...)

Il faut être attentif au calibrage des produits: les poulets fermiers sont calibrés à 2 kg contre 1,6 kg pour les poulets industriels. Avec ça, on ne fait pas le même nombre d'assiettes. (...)

Une fois qu'on sort des circuits traditionnels, le prix des produits n'est plus le même. Il a fallu travailler sur l'offre et le type de produits. Par exemple, en achetant une vache entière à un prix fixe pour l'ensemble, on valorise chaque pièce. On n'indique plus "entrecôte" ou "pavé" sur la carte mais "pièce de boeuf". Pour le poisson, on mandate l'intermédiaire pour qu'il achète du poisson blanc mais sans le nommer. Les conditions, c'est le prix proche du prix de retrait et que la marchandise vienne de bateaux qui n'ont pas plus de 36 heures de mer. Il faut trouver le bon chemin pour chaque produit. »

❖ RESSOURCES

Organisations

- BioWallonie (encadrement du secteur bio: filières, certification, etc.): www.biowallonie.be
- APAQ-W (approvisionnement): www.apaqw.be
- Agriculture de Wallonie (approvisionnement): www.agriculturedewallonie.be
- Nature & Progrès (approvisionnement): www.natpro.be
- Convivium Slow Food Bruxelles (approvisionnement et communication): www.slowfood.be (mise en ligne: 2015)
- Certisys (certification bio): www.certisys.eu
- Ecocert (certification bio): www.ecocert.be

Outils

- Bioguide: www.bioguide.be
- *Guide pratique Cantines durables* (fiches pratiques et recettes de saison), Bruxelles Environnement/Simply Food : www.bruxellesenvironnement.be (téléchargeable)
- *Restauration et développement durable : enjeux et meilleures pratiques, Utopies* : www.mescoursespourlaplanete.com (téléchargeable)

Livres & documentaires

- *Notre poison quotidien*, Marie-Monique Robin, Arte éditions
- *Résistance naturelle*, Jonathan Nossiter, Rezo Films
- *Manger bio, c'est mieux! Nouvelles preuves scientifiques à l'appui...*, C. Aubert et al., Terre vivante
- *Le livre noir de l'agriculture*, Isabelle Saporta, Fayard

Plus d'infos ou besoin d'accompagnement?

Cellule Eco-conception UCM: www.eco-conception.be - eco-conception@ucm.be - 02 743 83 88