

## CUISINE MAISON & PRODUITS FRAIS

Crises sanitaires, particularismes alimentaires, allergies et intolérances, ... Les consommateurs ont perdu confiance dans le système agro-alimentaire et veulent retrouver des garanties sur ce qui compose leur assiette. Pour cela, rien de tel que **les préparations maison, cuisinées à partir d'ingrédients frais, bruts et de qualité, qui subliment la créativité du chef!**

### ❖ POURQUOI SE LANCER?

- Avant tout, pour la **qualité gustative!**  
*Une étude de l'Université d'Harvard a montré que la satisfaction de la clientèle augmentait sensiblement si elle pouvait voir ce qui se passe en cuisine.*
- Pour offrir un bon **rapport qualité/prix** à la clientèle
- Pour proposer une **carte originale**, qui varie selon l'inspiration du chef et les saisons
- Pour valoriser les compétences et la créativité de l'**équipe de cuisine**
- Pour lutter contre le **gaspillage** (voir fiche Lutte contre le gaspillage)
- Pour réduire les **coûts d'approvisionnement**
- Pour gagner la **confiance** des clients soucieux de la qualité et de leur santé
- Pour contribuer à la protection de l'**environnement**  
*Dans la chaîne alimentaire, les étapes de la production et de la transformation pèsent le plus lourdement sur l'environnement*

### ❖ POUR COMMENCER

(P): impact sur le prix / (Q): impact sur la qualité

#### Achats:

- La cuisine maison permet de s'adapter à la saisonnalité et de profiter de chaque produit frais quand il est à son **meilleur prix** et au top de sa **qualité** (fruits, légumes, poissons, etc.).  
**(P) (Q)**

#### En cuisine:

- Une carte trop longue est rarement compatible avec de la cuisine maison. Désormais, les consommateurs préfèrent une offre plus restreinte mais originale et de qualité que le choix entre de nombreux plats conventionnels et industriels. **(Q)**
- Il est rarement possible de faire 100% de préparations maison: chaque chef choisit celles qui lui apportent la meilleure **plus-value qualité/prix**, en évaluant trois paramètres: la diminution du coût denrées, l'augmentation de la qualité gustative et la faisabilité. **(P) (Q)**

#### En salle/au comptoir:

- Il est normal de rentabiliser le **temps de travail** dans le prix d'un menu. Une préparation maison de qualité peut être proposée à un bon prix même si son coût denrées est faible. **(P)**
- Les consommateurs actuels sont friands de cuisine maison: **communiquer** sur les préparations maison, par exemple à l'aide de pictogrammes sur la carte et via les réseaux sociaux, contribuera à renforcer la bonne image de l'établissement. **(Q)**

#### ❖ POUR ALLER PLUS LOIN

- La cuisine maison permet de **diversifier sa carte** et de proposer des **produits originaux**: légumes anciens, céréales méconnues, herbes aromatiques, épices, etc. Autant d'ingrédients qu'on trouve rarement dans les produits conventionnels et qui permettent de démarquer son établissement. **(Q)**
- Les fonds, roux et autres produits lyophilisés sont le plus souvent nuisibles tant pour l'environnement que pour la santé des consommateurs. Un établissement qui réalise ses fonds et propose des **saucés** maison augmentera sensiblement la qualité de son offre. **(Q)**
- Puisqu'elle demande plus de temps, la cuisine maison nécessite d'avoir une bonne visibilité sur l'**organisation du travail** au sein de l'équipe: un calcul précis du temps accordé à chaque fonction pendant quelques semaines permet souvent de rationaliser et d'optimiser de nombreuses petites tâches. **(P)**
- Si l'équipe de cuisine en place a l'habitude de travailler principalement avec des produits transformés et de 5e gamme, le développement d'une véritable cuisine maison nécessite le suivi d'une **formation** (voir Ressources).

#### ❖ ILS LE FONT DÉJÀ: TÉMOIGNAGES

##### **Najib Houmaid, SOS Fresh Food** (food truck):

« Nous, on vient des burgers et de la malbouffe. Notre prise de conscience, ça a été la santé. Notre premier pas, c'est d'offrir du frais, des fruits et des légumes. »

##### **Christian Thirilly, Crescendo** (restaurant):

« Il faut que l'identité culinaire soit claire et valorisante. Si l'offre est trop grande, les produits ne tournent pas et la marge est diluée. Il faut se spécialiser dans quelques préparations et les faire au top! (...)

Sur les plats critiques d'un point de vue sanitaire, par exemple l'américain, je ne me complique pas la vie. Les règles sanitaires sont différentes pour les petits et les grands établissements. On choisit ce qu'il est possible de faire maison et ce qu'on ne sait pas faire, on cherche à qui le confier. »

##### **Patrick Goossens, La Boule d'Or** (restaurant):

« Mon temps, ce n'est pas la même chose qu'un coût externe. Pendant la préparation du pain, je réfléchis à l'organisation de la journée qui commence. (...)

*C'est complet tous les soirs! Les clients reviennent et amènent d'autres gens. Ils sont avant tout attirés par le super rapport qualité/prix. (...)*

*Je fais une mousse avec du chocolat de qualité, moins chère et meilleure que les mousses industrielles. »*

**Frédéric Verhulst, BHV** (petite restauration):

*« Je cuisine tout ici. Il n'y a que le pain et les boissons qui ne sont pas des préparations maison. (...) Beaucoup de clients viennent parce qu'ils sont végétariens ou pour des raisons de santé (allergies, etc.). Ici, ils savent exactement ce qu'ils ont dans leur assiette. »*

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

*« Beaucoup de produits tout faits sont très chers et de faible qualité. Nous faisons tout maison, même nos épices, les salaisons et le pain. Nous faisons aussi des sirops qui sont rapides à faire et servis en limonade maison avec de l'eau gazeuse. Ça nous permet de faire exactement ce qu'on veut (par ex. un pain aux épices), de contrôler la qualité de tous les produits, de s'assurer de l'absence de colorants, conservateurs, sucre, etc., et c'est très valorisant pour le cuisinier de sortir son propre produit! (...)*

*Dans un établissement de luxe, le client est roi et on va lui servir un soda s'il le demande. Mais je vais lui proposer en priorité deux limonades maison. (...)*

*J'achète un bison entier avec un prix au kilo pour toute la bête. Je décline ma viande de plusieurs manières : dans mes assiettes, il y a la même proportion de petite viande et de morceaux nobles. Je ne jette rien et il faut que ce soit rentable. (...)*

*Dans le calcul du fait maison, il faut intégrer le coût du personnel. »*

## ❖ EXEMPLES CHIFFRES

### PAIN

Le chef de La Boule d'Or confectionne un délicieux pain maison chaque matin qui lui revient à 0,60 €/jour, contre les 8 € de baguettes industrielles qu'il dépensait précédemment.

### MOUSSE AU CHOCOLAT

#### Industrielle:

Produit	Marque	Prix/unité	Prix/portion 80 g
Mousse choco lait	Debic (2,5 L)	3,767 €/litre	0,30 €
Mouche chocolat	Deleye (1,3 kg (poche))	8,587 €/kg	0,69 €
		<b>Prix moyen</b>	<b>0,495 €</b>

*Prix Solucious avril 15*

#### Maison:

Ingrédient	Marque (qualité)	Prix/unité	Prix/portion 80 g
Chocolat noir	Callebaut (2,5 kg)	8,214 €/kg	0,21 €
Oeufs	Plein air	0,240 €/pc	0,24 €
Sucre	Grand pont (5 kg)	1,294 €/kg	0,00 €
		<b>TOTAL</b>	<b>0,45 €</b>

*Prix Solucious avril 15*

## FRITES

NB:

- Le prix se base sur l'expérience d'une friterie qui prépare ses frites à partir d'un sac de pommes de terre de 25kg acheté chez Solucious (Colruyt) en comparaison d'une cuisson de frites surgelées également achetées chez Solucious.
- Le taux salarial est basé sur le salaire moyen brut dans la restauration en 2012 évalué par le SPF Economie ([http://economie.fgov.be/fr/modules/publications/statistiques/marche\\_du\\_travail\\_et\\_conditions\\_de\\_vie/salaires\\_mensuels\\_bruts\\_moyens.jsp](http://economie.fgov.be/fr/modules/publications/statistiques/marche_du_travail_et_conditions_de_vie/salaires_mensuels_bruts_moyens.jsp))

	Frites maison	Frites surgelées marque distributeur	Frites surgelées "grande marque" chez distributeur
25kg pdt	13,5€	0	0
20 kg de frites surgelées	0	18,25€	49,8€
Hj pour éplucher (40 min)	10,61€	0	0
Hj pour couper (20 min)	5,31€	0	0
Hj pour pocher (30 min)	(7,95€)	0	0
Hj pour cuisson (10 min)	2,6€	2,6€	2,6€
<b>TOTAL</b>	<b>32,02€ (39,97€)</b>	<b>20,85€</b>	<b>52,4€</b>

Remarque: Le prix des frites surgelées varie du simple au double d'une marque à l'autre. Le produit sélectionné ici est la marque du distributeur.

## ❖ RESSOURCES

### Outils

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

### Formations

- Formations Alimentation durable, Bruxelles Environnement (sessions théoriques et pratiques gratuites): [www.bruxellesenvironnement.be](http://www.bruxellesenvironnement.be)
- HorecaBePro: [www.horecabepro.be](http://www.horecabepro.be)

Plus d'infos ou besoin d'accompagnement?

Cellule Eco-conception UCM: [www.eco-conception.be](http://www.eco-conception.be) - [eco-conception@ucm.be](mailto:eco-conception@ucm.be) - 02 743 83 88