

3.7

Je cuisine ou je vends des produits alimentaires dans mon établissement

● ● ● ● Pourquoi m'intéresser à la biodiversité ?

L'alimentation de l'homme, mais aussi celle de toutes les espèces vivantes, est directement liée aux ressources naturelles disponibles (eau, minéraux, autres espèces) et donc aux écosystèmes. La qualité, la quantité et la diversité de ce que les êtres vivants ingèrent agissent sur leur santé et donc sur la survie du groupe. La préservation de la biodiversité, des milieux comme des espèces, apparaît alors clairement comme un facteur nécessaire à notre simple subsistance.

Qu'ils soient issus de l'agriculture, de l'élevage ou qu'ils soient prélevés directement dans la nature, nos aliments sont partie intégrante des écosystèmes. Notre consommation peut parfois engendrer un déséquilibre des milieux et/ou une fragilisation des espèces. Mais des solutions existent !

● **L'agriculture**, lorsqu'elle conduit à une utilisation massive d'eau, d'engrais azotés et de pesticides, est dommageable, d'une part aux agriculteurs et au voisinage, d'autre part aux sols, aux milieux aquatiques, à la flore et la faune. La monoculture et les pratiques agricoles qui y sont liées, compromettent localement la diversité génétique des espèces.

Il existe, des modes de conduite agricole qui ont un impact plus faible sur l'environnement et sur la biodiversité. Les dénominations sont aussi nombreuses que les pratiques (agriculture raisonnée, biologique, durable...). Retenons que les principes de l'agroécologie sont le respect du sol et de l'écosystème local, l'économie des ressources naturelles mais aussi l'équilibre socio-économique pour l'agriculteur et sa famille. Il faut s'appuyer sur le fonctionnement des écosystèmes : les solutions se trouvent directement dans la nature (lutte biologique, associations de végétaux, rotation, assolement, agroforesterie...).

● **La pêche**, par ses méthodes et les quantités prélevées, peut être mettre en péril un grand nombre d'espèces. Les 3/4 des produits aquatiques consommés sont «surexploités ou en passe de l'être» d'après le WWF France.

Selon une récente évaluation de l'UICN, plus de 40 espèces de poissons marins présentes actuellement dans la Méditerranée pourraient disparaître dans les prochaines années. Ainsi, le potentiel de reproduction du Thon rouge de l'Atlantique (*Thunnus thynnus*) a diminué de 50% au cours des 40 dernières années en raison de la pêche intensive.

Les filets dérivants, chaluts de fond ou sennes coulissantes entraînent la capture d'espèces non ciblées (poissons, marsouins, tortues ou dauphins, rejetés morts ou blessés), la destruction d'habitats, la présence de vieux filets en mer... Le respect des législations, le développement de labels (dont MSC) et de chartes de bonnes pratiques doivent être exigés.



© Marcel BRENER

● **L'élevage**, lorsqu'il est intensif, induit l'usage d'antibiotiques, l'abandon de races locales et la concentration d'effluents. Il s'appuie sur une alimentation bon marché, composée de céréales (souvent issues d'une agriculture utilisant massivement des pesticides et de l'eau, comme pour le maïs par exemple) mais aussi de soja, le plus souvent cultivé sur un autre continent et/ou contenant des OGM (Organisme Génétiquement Modifié), voire complétée d'hormones.

Dans le cas particulier de la pisciculture (élevage de poissons), outre la sensibilité aux maladies et à divers parasites conduisant à employer beaucoup d'antibiotiques et de substances chimiques, le débordement du vivier peut libérer des individus d'élevage dans le milieu naturel et être préjudiciable pour les espèces indigènes.

Les conséquences de l'élevage intensif sont la pollution des sols, de l'air et de l'eau, la déforestation pour produire l'alimentation animale. Elles constituent des atteintes à la biodiversité, tant au niveau des écosystèmes que des espèces et de leur patrimoine génétique.

L'élevage en plein air, avec des densités faibles et une protection vis-à-vis du milieu naturel et des espèces proches, s'appuyant sur une agriculture locale et respectueuse de l'environnement, bénéficie de plusieurs labels et de cahiers des charges précis.

● **La chasse**. Le gibier sauvage est souvent apprécié sur la carte des restaurateurs. Selon le pays, l'encadrement de la cynégétique diffère.

Au-delà du statut de l'animal (chassable ou protégé), les modes de chasse sont cruciaux pour le maintien des populations animales, comme pour limiter les dérangements et les pollutions (période et lieu de chasse, comportement du chasseur - par exemple le ramassage des cartouches pour éviter l'accumulation de métaux dans le milieu naturel et la chaîne alimentaire - classe d'âge de chaque animal...).

Notons que le Conseil de l'Europe a signé en 2007, une Charte de la chasse et de la biodiversité : http://www.cic-wildlife.org/uploads/media/Hunting_Charter_FR.pdf



● ● ● ● ● **Comment agir ?**↳ **QUELS GESTES ?**● **Acheter mieux :**

- En privilégiant les achats de saison, locaux, afin de mettre en valeur les saveurs régionales.
- En favorisant les fournisseurs engagés dans une démarche environnementale, agissant en faveur de la préservation des espèces et des milieux. La relation avec le fournisseur est à ce niveau cruciale et consiste en un encouragement mutuel en termes d'action, de sensibilisation, de progrès continu.
- En sélectionnant des produits de qualité, labellisés, issus de pratiques durables et raisonnées.
- En assurant personnellement l'approvisionnement d'une partie des aliments, via par exemple la création d'un potager qui peut être par ailleurs un excellent vecteur de sensibilisation.

● **Faire preuve de créativité :**

- Composer plusieurs cartes par an, jouer sur un intéressant panel de plats du jour permet de mettre en lumière les produits frais, de saison.
- Savoir suggérer à sa clientèle des produits originaux, des variétés ancestrales, « revisitées », peut être un atout de différenciation de la carte comme un formidable moyen de favoriser la biodiversité des ressources naturelles. Le programme de Mr Goodfish (www.mrgoodfish.com/fr) au-delà du message de sensibilisation fourni au public et aux professionnels, illustre parfaitement l'engouement pour les espèces halieutiques inédites. Dans le même esprit, le guide Fish2Fork (www.fish2fork.com) a, de son côté, choisi de distinguer les restaurateurs par leurs efforts de prise en compte des principes de pêche durable.
- Favoriser un regroupement associatif et professionnel d'échange, de formation, entre chefs et/ou restaurateurs ; créer une charte commune ; pour les indépendants, tisser un réseau de fournisseurs actifs et engagés dans une démarche similaire, favorise le partage des idées et bonnes pratiques.
- Encourager les initiatives des équipes, prendre en compte leur connaissance des produits et saveurs régionales.
- Accueillir au sein de la structure des soirées, expositions, dont les thématiques illustrent et encouragent l'engagement de l'établissement.
- Refuser aussi de participer à la promotion de produits rarissimes (thon rouge, viande exotique de brousse ou du lagon, oiseaux...), souvent l'apanage des établissements de luxe.

● **Sensibiliser :**

- Sa propre personne ! La presse professionnelle, papier ou sur internet, relaye les innovations en matière de produits/fournisseurs plus respectueux de l'environnement. S'abonner à une newsletter électronique est gratuit.
- Les collaborateurs internes : leur expliquer les contraintes et opportunités de la démarche environnementale de l'établissement. Les inciter à mettre en valeur les choix de produits ou fournisseurs car ils seront le premier relais vers l'extérieur, sensibilisant à leur tour la clientèle. Par leurs éco-gestes, les équipes participent aussi à la préservation de l'environnement (gestion des déchets, lutte anti-gaspillage, gestion de la ressource en eau...).
- Les autres professionnels et acteurs du tourisme sur son territoire, car il est certain qu'on avance plus vite à plusieurs !
- Les fournisseurs : en les incitant à suggérer et favoriser leurs meilleurs produits, à référencer toujours plus de produits de qualité, en définissant un cahier des charges.
- Les clients : avec discrétion et humilité certes, mais sans modestie ! La carte est un excellent vecteur (alléchante, détaillée et symbolique) qui les encouragera à revenir profiter de la qualité des mets à déguster. Une fois convaincus, vos clients seront vos meilleurs prescripteurs ! Certains restaurants précisent si le poisson est « de ligne » ou « de chalut ».



© IRD / Patrice CAYRÉ



↳ QUELS OUTILS ?

Pour se repérer parmi les labels :



L'agriculture biologique et le label bio européen garantissent que le mode de production est respectueux de l'environnement et du bien-être animal. Les règles qui encadrent le mode de production biologique sont les mêmes dans toute l'Europe et les produits importés sont soumis aux mêmes exigences. Le logo bio européen est obligatoire depuis le 1^{er} juillet 2010. Ces signes ne concernent que les produits agricoles et agroalimentaires.



Demeter est une association et une marque internationale, déposée depuis 1932, qui distingue des produits issus de l'agriculture bio-dynamique. Elle a pour but de soigner la Terre, régénérer les sols (grâce à la fumure et à des préparations à base de plantes médicinales et de minéraux, en respectant les rythmes de la Terre et du Cosmos) et favoriser l'intégration en un même lieu de l'élevage et des cultures.



BIO Cohérence est une association (née initialement Alternative Bio) et une marque qui s'engage pour une agriculture biologique toujours plus respectueuse des équilibres environnementaux, sociaux et économiques, selon une charte et un cahier des charges stricts.



Nature et Progrès est une fédération de consommateurs et de professionnels engagés depuis 1964 dans l'agro-écologie, défendant une agriculture éthique, bio-diversifiée, préservant le tissu rural et le métier paysan, selon son propre cahier des charges, indépendant de la réglementation européenne, attaché à une approche solidaire et participative.



Bio solidaire et Bio équitable sont deux marques collectives gérées par l'association Bio Partenaire. Elles associent les garanties de l'agriculture biologique et les principes de filières équitables. La marque Bio Equitable s'applique aux entreprises en partenariat avec des producteurs des pays émergents ou en voie de développement. La marque Bio Solidaire s'applique aux partenariats de proximité entre transformateurs et producteurs.



Le label ECOCERT Equitable suit le référentiel ESR d'ECOCERT, combinant les garanties du commerce équitable (selon les définitions réglementaires françaises) et de l'agriculture biologique pour les produits alimentaires, cosmétiques et textiles.



Le sceau Rainforest Alliance Certificated™ se trouve sur des produits de la grande distribution comme le cacao, le café, les fleurs, le thé, les légumes provenant d'Afrique, d'Amérique Latine, d'Asie et d'Hawaï. Ce sceau assure aux consommateurs que le produit a été cultivé selon des pratiques responsables tant au niveau social qu'environnemental.



Marine Stewardship Council™ est une norme édictée en 1995 par l'Organisation pour l'alimentation et l'agriculture des Nations Unies (FAO) garantissant une exploitation raisonnée de la ressource poissonnière. www.fishonline.org/



L'appellation d'origine contrôlée (AOC) désigne un produit dont toutes les étapes de fabrication (production, transformation et élaboration) sont réalisées selon un savoir-faire reconnu dans une même zone géographique, qui donne ses caractéristiques au produit. L'AOC démontre un lien fort avec le terroir.



L'appellation d'origine protégée (AOP) est l'équivalent européen de l'AOC. Elle protège le nom d'un produit dans tous les pays de l'Union européenne.



L'indication géographique protégée (IGP) désigne un produit dont les caractéristiques sont liées au lieu géographique dans lequel se déroule au moins sa production ou sa transformation selon des conditions bien déterminées. Ce signe européen protège par ailleurs le nom du produit dans toute l'Union européenne.



La Spécialité Traditionnelle Garantie (STG) protège quant à elle une recette traditionnelle.



La Charte RSPO™ (Roundtable on Sustainable Palm Oil) est le fruit d'une association éponyme militant pour une huile de palme exploitée selon des principes responsables et respectueux de l'environnement. www.rspo.org



↳ SOURCES D'INFORMATIONS POUR ALLER PLUS LOIN



Le programme « **Mr Goodfish** » a pour but de sensibiliser le public et l'industrie poissonnière à la consommation durable de produits de la mer, en recommandant certaines espèces et en listant les restaurants et poissonneries participants. www.mrgoodfish.com/fr



Conçu pour les consommateurs, le **guide Fish2Fork** recense les restaurateurs faisant des efforts pour servir un « poisson durable », travaillant en collaboration avec la filière professionnelle la plus respectueuse des principes de préservation des espèces et des stocks halieutiques. Le site éponyme recense l'actualité de ces professionnels et suggère au grand public des pistes de consommation responsable selon les préconisations de la Marine Conservation Society (MCS).



Sur ce même thème, **l'Alliance produits de la mer** est un programme international de SeaWeb qui a pour vocation de créer des opportunités de changements au sein de la filière des produits de la mer. L'Alliance travaille avec l'ensemble des acteurs de la filière (pêcheurs, aquaculteurs, mareyeurs, grossistes, distributeurs, restaurateurs, poissonniers...) et les accompagne vers la durabilité en favorisant le dialogue et les opportunités de réseau. L'Alliance a publié le « Guide des espèces à l'usage des professionnels » qui présente les principales espèces consommées en France sous l'angle de la durabilité : www.allianceproduitsdelamer.org/resources/Guidedesespeces.php



TRAFFIC est le réseau de surveillance du commerce de la faune et de la flore sauvages. Sa mission est de s'assurer que ce commerce ne menace pas la conservation de la nature. Ce réseau a été fondé en 1976 et est un programme commun à l'UICN et au WWF. www.traffic.org/news-french (site web en anglais).



L'association internationale **Slow Food** cherche à enrayer la disparition des traditions gastronomiques locales, à redonner de l'intérêt aux consommateurs pour la nourriture, ses origines, ses saveurs et à les informer des conséquences de leurs choix alimentaires. www.slowfood.fr



Les informations de **l'UICN France**, Agriculture & biodiversité : www.uicn.fr/IMG/pdf/Brochure_Biodiversite_signes_reconnaissance_agricoles.pdf



Les actions liées à l'alimentation responsable de la **Fondation pour la Nature et l'Homme** : www.fondation-nature-homme.org



Les campagnes du **WWF** pour une alimentation de qualité : www.wwf.fr/s-informer/nos-missions/modes-de-vie-durables/pour-une-alimentation-de-qualite



Les forums **ECORISMO** réunissent des professionnels et des experts des solutions environnementales adaptées à la restauration. Ces rendez-vous ont lieu partout en France et plusieurs fois par an. www.ecorismo.com

● ● ● ● **Le saviez-vous ?**

C'est rassurant. La sauvegarde du plus grand garde-manger de l'humanité, que sont les océans, préoccupe de plus en plus les professionnels. Plusieurs initiatives ont vu le jour en parallèle :

- la campagne de Mr Goodfish (si l'initiative s'adresse en priorité au grand public, son concept original mettant en lumière des poissons méconnus inspire judicieusement les restaurateurs),
- le guide Fish2Fork, mettant en avant les restaurateurs les plus responsables,
- diverses mobilisations, comme celle des cuisiniers des Relais & Châteaux, qui se sont regroupés autour d'une charte. En collaboration avec Alliance Produits de la mer, les chefs volontaires ont approuvé par vote unanime 6 engagements forts visant à protéger les ressources halieutiques. Les engagements sont consultables par le public sur le site du réseau : <http://devdurable-rc.blogspot.com>

