

Le vacherin Mont-d'Or a une AOP qui garantit l'origine du produit, l'histoire de sa tradition. Mais ces AOP restent des exceptions. GÉRALD BOSSHARD

# Le soudain souci du manger suisse

**Alors qu'on s'intéresse toujours plus à l'origine des aliments, que valent les labels et autres marques?**

**David Moginier**

**C**onsommer local est une préoccupation somme toute récente, avancent les auteurs de «Manger suisse. Qui décide?». Les quatre chercheurs se sont plongés dans l'histoire de l'origine de notre nourriture. Pendant des siècles, en effet, les gens mangeaient naturellement ce qu'ils trouvaient autour d'eux, et donc le plus souvent des produits qui avaient été élaborés dans le voisinage. Il y avait des exceptions, évidemment, lorsque les voyageurs avaient ramené un ingrédient qui ne poussait pas ici. Les premiers pas d'un commerce international né de la nécessité.

«Cette préoccupation de soudain manger suisse est venue alors que le marché était plus ouvert et que la rationalisation a poussé à faire voyager des aliments pour des questions de coûts», explique Stéphane Boisseaux, l'un des auteurs. Il faut également la restituer dans le débat général autour du Swissness qui a agité les Chambres fédérales ces dernières années. «En fait, la Confédération a voulu soustraire au privé la notion du Swiss made pour la mettre dans le droit public dès 1890», raconte le politologue chargé de cours à l'Université de Lausanne, qui a également été à l'origine du recensement du Patrimoine culinaire suisse.

Mais autant cette labellisation d'une production suisse est utile à l'étranger pour des produits manufacturés, autant elle vise l'interne pour l'alimentaire. Ces dix dernières années, avec les débats autour de la loi sur la protection des marques, c'est bien le politique qui a édicté les règles du manger suisse, alors que les organisations de consommateurs, consultées, ont très vite été exclues du processus. Stéphane Boisseaux regrette qu'elles n'aient pas été plus entendues, alors que les grands acteurs de la branche ont pu, tout au long des débats, influencer les décisions finales.

«Il faut bien distinguer les trois acteurs de la filière agroalimentaire. Les producteurs, les transformateurs et les distributeurs. Si tous ont intérêt à pouvoir utiliser le Swiss made pour leurs produits, c'est pour des raisons très diverses.» Si l'on résume, les premiers l'aimeraient le plus strict possible, pour défendre leur production face aux importations. Les transformateurs, eux, chercheront toujours à limiter les contraintes pour garantir à leur entreprise d'être la plus souple et la plus économique possible. Ainsi Nestlé Suisse propose 570 produits qui correspondent au Swissness sur les 650 qu'elle fabrique. Les 80 restants étant encore trop compliqués à adapter, à l'instar de la mayonnaise

Thomy. Mais les transformateurs du pays, de manière générale, produisent quatre fois plus de produits non suisses que suisses.

Les distributeurs, enfin, développent volontiers des lignes particulières pour répondre aux demandes du marché, mais veulent aussi pouvoir répondre à ceux qui ne cherchent que le meilleur prix. «Migros a très tôt compris la tendance locavore de certains de ses clients et a pris en compte l'intérêt des producteurs locaux.» C'est bien le grand distributeur qui a lancé son label De la région dans les années 1990, anticipant Coop qui avait créé Suisse garantie avant de revenir à Ma région. L'autre géant de la branche avait,



**«Il faut bien distinguer les trois acteurs de la filière agroalimentaire. Les producteurs, les transformateurs et les distributeurs. Si tous ont intérêt à pouvoir utiliser le Swiss made pour leurs produits, c'est pour des raisons très diverses»**

**Stéphane Boisseaux**

lui, anticipé la vague du bio avec son label Naturaplan il y a vingt ans.

Cette tendance locale ne touche pourtant qu'une petite frange de la population. Aujourd'hui, le marché de l'alimentaire en vente directe, en paniers paysans et relations directes producteurs-consommateurs représente moins de 5% des achats. L'essentiel passant par les grands distributeurs et la restauration.

Entre labels régionaux, AOP-IGP et Swissness, l'État a quitté son rôle interventionniste qui le voyait dicter aux paysans leur culture à un rôle de facilitateur du libre-échange agricole, promulguant des règles non contraignantes aux acteurs du marché. **D.MOG.**

Manger suisse



**«Manger suisse. Qui décide?»**

Rémi Schweizer, Stéphane Boisseaux, Sophie Reviron, Jean-Philippe Leresche, Ed. Savoir suisse, 168 p.