

L'agriculture urbaine peut être rentable pour les restaurants

# Une oasis au centre-ville

**Cristina Bürgi** Salade fraîche de la salle à manger, herbes de la terrasse, miel du toit: les restaurants découvrent le potentiel de l'«urban farming».

«Tu récolteras ce que tu as semé» est un dicton bien connu: l'on reçoit en retour ce que l'on donne. C'est avec ces mots qu'Esther Lüscher, présidente d'Hotel & Gastro Union, a ouvert le second Gastro Trend Day, qui s'est tenu au début du mois à Lucerne. Une journée dont le thème central – et fort d'actualité! – était l'agriculture urbaine. Circuits courts, culture durable et produits d'origine suisse sont des mots-clés auxquels les clients attachent de plus en plus d'importance. Un restaurant qui cultive ses propres ingrédients se targue par la même occasion d'un excellent argument de vente. Mais comment s'y prendre pour transformer votre entreprise en un jardin urbain?

Le restaurant «Frau Gerolds Garten», à Zurich, est un adepte de longue date. Dans le potager de l'établissement, au milieu des tables et des chaises, on trouve des herbes, des courgettes, des concombres ou encore diverses sortes de tomates. Bien que la plupart des ingrédients proviennent de fournisseurs, les produits cultivés sur place confèrent un charme particulier aux lieux. Entourés de verdure, les clients du restaurant se sentent en vacances.

«Les plantes sont synonymes de fraîcheur et mettent en appétit», a expliqué Nathalie Gomes lors de la journée Gastro Trend Day. Son entreprise est spécialisée dans l'agriculture verticale et conseille des clients de l'industrie hôtelière. «Les plantes transforment chaque endroit en oasis et ont un effet calmant sur les hôtes», dit-elle. «La verdure



Cultiver herbes et salades dans le restaurant apporte de la fraîcheur au lieu et garantit la sécurité alimentaire. DR

peut aussi absorber une vingtaine de polluants de l'air et ainsi améliorer significativement le climat.»

Les plantes n'offrent pas seulement une ambiance agréable, mais également un facteur qui dopera l'expérience client. Les exploitants du restaurant Good Bank, à Berlin, par exemple, récoltent leur propre salade devant leurs clients, depuis une sorte de ferme verticale. Pour ce faire, ils ont installé dans leur petit restaurant trois étagères en verre, sur lesquelles ils cultivent différents types de laitue, en utilisant l'hydroponie (n.d.l.r.: culture de plantes réalisée sur un substrat neutre et inerte, comme le sable, qui est régulièrement irrigué d'un courant de solution qui apporte des sels minéraux et des nutriments essentiels à la plante). Les salades poussent sous les lumières LED et dans l'eau et sont ainsi alimentées en nutriments de manière optimale. Les clients du restaurant Good Bank savent exactement d'où provient la salade qui atterrit dans leur assiette. Au-delà de l'origine, les exploitants peuvent garantir que leurs ingrédients sont frais et bio. Autre

avantage que présente la culture verticale: les étagères ne nécessitent pas de refroidissement et ne sont donc pas gourmandes en électricité. Le transport n'est nécessaire que pour les ingrédients restants, quasi exclusivement d'origine locale.

De nos jours, de plus en plus de chefs font le choix de travailler des produits régionaux. Ce mouvement atteint même la haute gastronomie, qui s'appuie généralement sur des produits exotiques de luxe. Dernier exemple en date: Stéphane Décotterd, à la tête du restaurant Le Pont de Brent, au-dessus de Montreux (GJ24). Le chef étoilé a récemment changé sa philosophie culinaire et privilégie désormais les produits traditionnels suisses. Le restaurant Hirschen, à Erlinsbach (Argovie), Le Port, à Fribourg, et The Artisan, à Zurich, misent eux aussi sur des ingrédients locaux, dont certains sont même cultivés par leurs soins.

Ce vent nouveau se ressent également parmi les start-up suisses: plusieurs entreprises utilisent un système aquaponique, sur les toits ou dans d'anciennes voûtes de

berges, pour cultiver du poisson, des champignons, des légumes ou des semis. Le fruit de leur culture est ensuite livré à des restaurants de la région qui apprécient la production durable et locale. Certains établissements misent sur l'apiculture urbaine, qu'ils pratiquent sur le toit, comme l'Hôtel Schweizerhof, à Berne, et la société Wabe3, à Zurich. En ville, les abeilles sont encore plus productives puisqu'elles y trouvent une plus grande variété de fleurs – exemptes de pesticides de surcroît –, et des températures de l'air plus élevées. Cela rend les abeilles plus actives et assure une production élevée de miel.

Les avantages que présente l'agriculture urbaine sont multiples. Pour les restaurateurs, cela vaut la peine de tenter l'expérience, sur un petit espace pour commencer. Même si, selon les chercheurs, aucune grande ville ne pourra se nourrir de l'agriculture urbaine seule à l'avenir, l'«urban farming» apportera une contribution importante à la sécurité alimentaire. Sans oublier une expérience inédite pour les clients du restaurant.

## Vignerons: nouvelle offre pour une meilleure visibilité

Livrer une sélection de vins en provenance de toute la Suisse directement chez les particuliers? Voilà le service que propose MesVignerons. Cette entreprise familiale, issue de deux familles vigneronnes, a la passion et la détermination de soutenir les artisans, les vignerons, ainsi que les agriculteurs suisses. Le concept: MesVignerons, c'est un abonnement qui donne accès à une boîte de vins suisses, livrés à domicile. On choisit la durée de l'abonnement puis, chaque mois, le contenu de la box souhaité (quatre box à choix: vin rouge, Chasselas, mixte ou bio). Un bel outil de promotion pour les vins régionaux et suisses! Et, pour les restaurateurs, cela peut aussi s'avérer fort pratique, lorsqu'on n'a pas le temps de rendre visite aux vignerons pour déguster leurs crus sur place, de recevoir une sélection de vins régionaux pour les déguster tranquillement.

www.mesvignerons.ch

## Une invention américaine débarque à Genève



PR & CO

Après avoir fait parler de lui à New York, le «croissant burger» débarque à Genève, au restaurant Black Tap. La dernière tendance culinaire s'y déguste tous les week-ends, à l'heure du brunch. Il s'agit d'un sandwich hybride: l'association d'un croissant chaud, d'un steak et de divers accompagnements propres au hamburger, comme le bacon, la salade, le fromage, un œuf et de l'huile de truffe (photo). Dernière coqueluche des foodies, la recette est signée Joe Isidori, fondateur de la chaîne Black Tap et chef émérite auréolé de prestigieuses récompenses.

www.blacktap.ch

## Nouvelles variétés d'abricots dévoilées



DR

Nous sommes en pleine période de récolte des abricots et le fruit orangé sera célébré ce week-end. La fête nationale de l'abricot, qui a lieu tous les deux ans, se tiendra vendredi, samedi et dimanche à Saxon. Organisée par Agroscope, le centre de compétences de la Confédération pour la recherche agricole (rattaché à l'Office fédéral de l'agriculture), la fête sera aussi l'occasion de découvrir de nouvelles variétés d'abricots. «Elles complètent un assortiment de plus de septante variétés présentes en Valais où la majorité (96%) des abricots suisses mûrit de fin juin à fin août», a indiqué le journal hebdomadaire «Agri». Deux variétés biologiques, issues de la sélection Agroscope, seront notamment présentées samedi à Saxon. Côté santé, le fruit fait l'unanimité auprès des nutritionnistes: peu calorique, bourré de vitamines et riche en pectine, l'abricot peut se manger en quantités.

«L'aliment a un visage» à l'Alimentarium, à Vevey

# Cinq corps de métiers présentés dans une expo



Le chef Philippe Ligron anime des ateliers culinaires tout public. DR

Premier musée au monde consacré à l'alimentation, l'Alimentarium a choisi de mettre en avant les métiers qui se cachent derrière chaque aliment comme thème annuel. Baptisée «L'aliment a un visage», l'exposition vise à valoriser toutes les étapes qui ont nécessité l'intervention de l'homme et ses compétences

avant qu'un mets sophistiqué ne termine dans notre assiette. Selon les initiateurs de l'événement, il s'agit de «gens qui s'impliquent et qui injectent leurs propres émotions». Les visiteurs pourront ainsi en apprendre davantage sur cinq corps de métiers: la boulangerie, la confiserie, la boucherie-charcu-

terie, les producteurs de fruits et légumes et les métiers du lait. Si le musée veveysan a fait le choix de mettre en lumière les visages et les gestes humains, c'est en écho direct avec la prise de conscience collective autour des questions touchant à l'alimentation. Remettre l'humain au centre, soit son savoir-faire artisanal, est une réponse aux problématiques soulevées par la production de masse et le gaspillage alimentaire.

Parmi les différentes animations de l'exposition présentée jusqu'au 31 mars 2019, on peut s'amuser à identifier à quoi servent certains ustensiles anciens en lien avec les différents métiers mis en lumière, visiter une cuisine type des années 50 ou tourner des manivelles et deviner à quoi elles peuvent servir. Autre expérience intéressante, s'immerger dans la peau d'un analyste sensoriel et d'un aromaticien. L'Alimentarium propose de tester ses compétences dans ces deux

métiers en effectuant l'analyse d'un bonbon mystère et en se mettant aux commandes d'un orgue à arômes, inspiré du piano de Boris Vian. Cet instrument au look «steam-punk» permet de mélanger des arômes et d'humer le résultat.

En plus de son côté pédagogique, l'exposition comprend aussi des animations ludiques, comme les témoignages filmés de «gardiens du savoir-faire», diffusés sur des bornes de présentation. Certains évoquent pourquoi ils sont réconfortés par la purée de pommes de terre et d'autres fascinés par la texture du Mochi japonais. Une certaine Anne-Sophie Pic (GJ 27) fait partie des célébrités qui témoignent en vidéo. En parallèle, des ateliers de cuisine sont proposés tous les week-ends: «La cuisine des artisans» le samedi et «Recette de saison» le dimanche. A leur tête, le chef Philippe Ligron, responsable Food Experience à l'Alimentarium. cgo

www.alimentarium.org