

Les fast-foods se mettent au vert

[Patricia Briel](#)

(Véronique Botteron)



Manger rapidement, sur le pouce, ne signifie pas obligatoirement manger mal. Les initiatives se multiplient pour proposer une restauration fraîche et de qualité. Les ingrédients? Produits bio ou respectueux de l'environnement

La crise plombe l'envie de manger au restaurant. Nous condamne-t-elle aussi à la malbouffe? Pas sûr. Les initiatives visant à offrir une restauration rapide équilibrée et de qualité se multiplient, en Suisse comme à l'étranger. La plus célèbre: le chef savoyard Marc Veyrat vient d'ouvrir un fast-food bio à Annecy (lire ci-dessous). Il projette d'en créer d'autres en France et pourrait exporter ce concept à Genève.

La plus récente: à la fin du mois de janvier, Fourchette Verte et la Société suisse de nutrition ont lancé le label D-li vert, délivré à toute entreprise de restauration rapide qui propose des menus à l'emporter équilibrés répondant à des critères spécifiques. Cœur de cible du label D-li vert, les 16-24 ans. «Les études montrent que 20% des jeunes de 15 à 24 ans consomment des repas rapides plus de deux fois par semaine, explique Alexia Fournier Fall, responsable du projet. La consommation de repas sur le pouce est une tendance qui augmente. Mais les repas rapides sont rarement équilibrés et, consommés souvent, ils contribuent au développement d'une surcharge pondérale.» Les restaurateurs candidats à l'obtention du label doivent présenter des menus équilibrés. Ceux-ci seront ensuite évalués par une diététicienne. Pour le moment, seul un restaurateur – Chick'n'more à Martigny, a été labellisé. «De nouvelles demandes sont en cours, dit Alexia Fournier Fall. Nous sommes en discussion avec de grands groupes qui ont un secteur de sandwicherie. Le projet D-li vert s'étend pour le moment aux cantons de Fribourg, Vaud et Valais. A terme, il est destiné à toucher l'ensemble de la Suisse.

A cet égard, les enseignes de restauration rapide végétarienne Tibits sont des précurseurs. La première a vu le jour à Zurich en décembre 2000. En huit ans, Tibits a essaimé en Suisse alémanique, et outre-Manche. Des restaurants ont ouvert à Winterthur, Berne et Bâle. L'année passée, deux enseignes ont été créées à Londres. Les trois frères Frei, qui ont lancé le concept, cherchent maintenant à s'établir à Lausanne et à Genève. «C'est un créneau qui a de l'avenir, constate Daniel Frei. Beaucoup de gens veulent savoir ce qu'ils mangent. Il y a une demande pour une restauration rapide fraîche et de qualité.» Aux yeux de Rafael Pérez, président de Slowfood Suisse, l'offre dans ce domaine reste cependant marginale en Suisse. «Les gens vont encore beaucoup au restaurant à midi. Pourtant, la crise économique va accélérer la consommation de repas rapides. Les consommateurs risquent de se rabattre sur la junkfood faute d'alternative. Il y a un secteur à prendre.»

Bien entendu, les fast-foods classiques ont compris depuis plusieurs années la nécessité d'intégrer des légumes et des fruits dans leur assortiment. McDonald's Suisse a étoffé son offre de salades en 2004. En outre, la firme utilise une proportion toujours plus grande d'ingrédients munis de labels d'origine ou de qualité spécifiques. Elle entend aussi élargir son offre de produits bio, qui se limite pour le moment au lait. Par ailleurs, des informations nutritionnelles figurent sur les emballages des mets.

Encore faut-il choisir une combinaison saine. Selon la Société suisse de nutrition, il n'est pas possible de qualifier les repas rapides de malsains, dans la mesure où l'offre dans ce domaine est très large et la qualité des aliments très variable du point de vue nutritionnel. Il est plus scientifique selon elle de parler d'habitudes alimentaires saines ou malsaines. Cependant, souligne-t-elle, plusieurs études ont démontré que le fait de se nourrir de repas rapides était lié à des facteurs de risque tels que l'obésité. Par ailleurs, la taille des portions dans la restauration a augmenté au cours des dernières décennies. Enfin, les boissons sucrées consommées dans la restauration rapide sont, elles aussi, un facteur de risque.

Prendre le consommateur par la main sans le tenter avec des aliments trop gras et calorifiques semble être le mot d'ordre que se sont donné les nouveaux fast-foods verts créés récemment en Europe et aux Etats-Unis. L'enseigne belge Exki est un des leaders des nouveaux snacks «sains». Le premier restaurant a vu le jour en 2001 à Bruxelles. Depuis, 37 autres établissements ont été créés, en Belgique, au Luxembourg, en France et en Italie. «Nous avons ouvert 14 restaurants en 2008, dit Laurent Kahn, directeur général d'Exki. La formule plaît. Notre chiffre d'affaires est passé de 20 à 30 millions d'euros en un an. Pour 2009, nous tablons sur un chiffre de 40 millions d'euros, et nous avons prévu d'ouvrir cinq ou six nouveaux restaurants.» Exki mise sur la santé. Les produits ne contiennent pas de mayonnaise, mais une «légumaise», réalisée avec 80% de légumes. Leurs atouts? Ils sont frais et naturels: ils ne comportent donc pas d'additifs, ne sont ni congelés ni pasteurisés. Les recettes sont élaborées par un chef belge, Frank Fol, en collaboration avec des nutritionnistes. «Au début, notre cible était les femmes actives de 30 à 45 ans. Maintenant, nous constatons que la clientèle s'élargit aux hommes, aux jeunes et aux personnes âgées. La restauration rapide saine et de qualité n'est pas un phénomène de mode, mais une tendance à long terme.» Exki projette de s'établir en Suisse d'ici à quelques années. «Pour respecter le principe de fraîcheur et afin de limiter la pollution, notre atelier de production couvre un rayon de 300 kilomètres autour de Bruxelles. Mais nous songeons à créer une seconde zone de production entre Lyon et Genève. Quant à l'Italie, il s'agit d'une franchise.»

L'assortiment comporte environ 25% d'aliments bio. «Idéalement, il faudrait faire du 100% bio, remarque Laurent Kahn. Mais les sandwiches et les salades seraient alors beaucoup plus chers.» Pourtant, le créneau du fast-food bio semble intéresser toujours davantage. Les grands distributeurs se montrent aussi intéressés par ce marché. Les restaurants Migros de Suisse proposent par exemple depuis début 2008 des menus Délifit comprenant au maximum 600 calories. Les Take Away de Migros Genève offrent une formule «Sac à snack» à 9,90 francs, qui comprennent un sandwich, un panini ou une salade fraîcheur, une douceur à base de fruits et une boisson.

La crise? Pas pour les fast-foods...