

Directives pour les marques régionales

Partie B3 Dispositions spécifiques à la restauration (sauf restauration collective)

Propriétaire : Association suisse des produits régionaux

Dernière mise à jour : 26.09.2017

Entrée en vigueur : 01.01.2018 (sous réserve de l'adoption de ces directives par les marques régionales les appliquant)

Version : 1.00

TABLE DES MATIÈRES

1	DEFINITIONS SPECIFIQUES	3
2	CHAMP D'APPLICATION	3
3	BUT.....	3
4	DROITS ET OBLIGATIONS DES PRENEURS DE LICENCE	3
5	PRESCRIPTIONS.....	3
6	CONTROLE ET CERTIFICATION	4
7	ATTRIBUTION DE LA MARQUE REGIONALE	5
8	COUTS	6
9	ENTREE EN VIGUEUR ET MODIFICATION DES DIRECTIVES.....	6

1 Définitions spécifiques

Restauration collective : offre de restauration régulière proposée dans les entreprises, les établissements de santé ainsi que les établissements scolaires.

Plat : composant de menu de restauration qui se compose d'un ou de plusieurs produits.

Produits, non composés : produits constitués d'un seul ingrédient d'origine agricole (fruits, légumes, lait, viande) mais pouvant également contenir des ingrédients d'origine non agricole (fromage de chèvre pur, fromage au lait de vache contenant du lait, sel, cultures).

Produits, composés :

- produits composés de plusieurs ingrédients d'origine agricole et d'origine non agricole (saucisses, sel aux herbes, fromage aux herbes, yogourts aux fruits) ;
- produits composés exclusivement de plusieurs ingrédients d'origine agricole (mélanges de farines, tisanes).

Produit régional ou produit de qualité marque régionale (désigné par la suite comme: produit régional) : produit régional certifié ou produit pour lequel le respect des directives pour les marques régionales peut être garanti (producteur de produits naturels ou certificat d'origine).

2 Champ d'application

Cette partie des directives est basée sur la partie A Prescriptions générales et définit les critères minimaux à respecter pour la restauration, à l'exception de la restauration collective.

3 But

Les présentes directives visent à établir des modèles de collaboration entre les entreprises avec offre de restauration régionale et la marque régionale correspondante. Ces directives favorisent une présence importante d'ingrédients régionaux et la création de valeur ajoutée dans la région de la marque régionale (région) ; le respect de ces critères est contrôlé.

4 Droits et obligations des preneurs de licence

Les propriétaires des marques régionales définissent les droits et obligations réciproques par la conclusion d'un contrat de licence.

Les droits de licence sont réglés dans le règlement relatif aux tarifs des propriétaires des marques régionales.

5 Prescriptions

5.1 Prescriptions générales

L'entreprise garantit que son offre répond aux critères en termes de plats et de produits régionaux selon l'article 5.2. L'offre minimale est basée sur les catégories de nourriture et de boissons proposées par l'entreprise.

Est défini comme produit régional :

- un produit régional certifié dans le cadre des directives pour les marques régionales.
- un produit fourni par un sous-traitant pour lequel le respect des directives pour les marques régionales peut être prouvé par un certificat d'origine (conformément à la Partie A Prescriptions générales Annexe 12.6).
- un produit non composé obtenu auprès d'un producteur de matières premières agricoles.
- un produit non composé élaboré ou chassé par l'entreprise elle-même au sein de la région (légumes, fruits, herbes aromatiques, viande, lait, champignons).

Un plat ou un dessert régional se compose comme suit :

Au minimum 60 % de l'ensemble des ingrédients utilisés (référence à la masse) doit correspondre à des produits régionaux.

5.2 Prescriptions pour les offres de plats et boissons

À la carte – Les plats

Dans le cas où une offre à la carte est proposée, au minimum 4 plats ou 1/3 des plats proposés à la carte doivent être des plats régionaux. 4
1/3

Carte des fromages

Dans le cas où une carte des fromages est proposée séparément (par ex. assiettes de fromages), au minimum trois fromages régionaux doivent y figurer. 3

Carte des desserts

Dans le cas où une carte des desserts est proposée, au minimum un dessert régional doit y figurer. 1

Petits-déjeuners

Dans le cas où des petits-déjeuners sont proposés, un certain nombre de produits régionaux doit y figurer au minimum :

- lait 1
- produits laitiers (beurre, yaourts, fromage blanc et autres produits laitiers) 2
- fromages 2
- divers (confiture, miel, œufs, pain, pâtisseries, viande, poisson, etc.). 2

Boissons

Un certain nombre de boissons de qualité régionale doit être proposé au minimum :

- eau minérale ou eau du robinet 1
- boissons sans alcool (jus, limonades, sirops, tisanes, etc.) 2
- vins 5
- autres boissons alcoolisées (moûts, bières, eaux-de-vie, etc.) 2

5.3 Exceptions

Si l'une ou plusieurs des catégories mentionnées ne présente(nt) pas suffisamment de produits régionaux, la commission nationale des lignes directrices peut autoriser le recours à des produits suisses sur demande du propriétaire de la marque régionale. De son côté, le propriétaire de la marque régionale peut délivrer une autorisation provisoire de maximum un an. Les produits autorisés d'origine suisse peuvent être comptabilisés dans la part de produits régionaux.

5.4 Prescriptions en matière de valeur d'achat (uniquement pour les modèles 1 et 2)

La valeur d'achat en produits régionaux doit atteindre une part minimale du total de la valeur d'achat d'aliments et de boissons :

- Valeur d'achat en aliments 25 %
- Valeur d'achat en boissons 15 %

6 Contrôle et certification

Le propriétaire de la marque régionale peut proposer l'un ou plusieurs des modèles de collaboration suivants aux entreprises de restauration :

Modèles de collaboration	1	2	3	4
Contrôle et certification				
Prescriptions conformément aux articles 5.1 à 5.3				
Contrôle qualitatif	X	X	X	X
Contrôle quantitatif			X	X
Prescriptions conformément à l'article 5.4				
Contrôle quantitatif	X	X		
Contrôle de				
valeur d'achat (article 6.1)	X	X		
flux des marchandises (article 6.2)			X	X
Contrôles effectués par				

Modèles de collaboration	1	2	3	4
propriétaire de la marque régionale	X		X	
organisme de certification		X		X
Fréquence des contrôles	Au moins tous les 2 ans	Au moins tous les 2 ans	Au moins tous les 2 ans	Au moins tous les 2 ans

6.1 Contrôle de la valeur d'achat des marchandises

La vérification du respect des critères des modèles 1 et 2 se fait par un contrôle des valeurs d'achat de marchandises, ainsi que par un contrôle qualitatif des produits proposés sur la carte conformément aux articles 5.1 à 5.3.

Des justificatifs pour la valeur totale des achats de marchandises ainsi que pour la part de produits régionaux dans les aliments et boissons doivent être présentés, ainsi que les éventuels certificats et certificats d'origine prouvant le caractère régional des produits.

6.2 Contrôle des flux de marchandises

La vérification du respect des critères des articles 5.1 à 5.3 pour les modèles 3 et 4 se fait par un contrôle des flux de marchandises.

Les flux de marchandises liés aux plats et produits régionaux proposés doivent pouvoir faire l'objet d'un suivi. Ce suivi comprend :

- La garantie d'une distinction entre les différentes qualités de produits : il doit être prouvé que, pendant le stockage ou le travail des produits, aucun mélange ou échange n'a pu avoir lieu avec des produits non-régionaux.
- Afin de garantir la traçabilité, les cartes, les recettes et les factures/bons de livraison datés doivent être conservés jusqu'au prochain audit.

6.3 Enregistrement

Pour la planification à long terme et l'établissement de rapports, le propriétaire de la marque régionale peut prélever des données auprès des entreprises et exploitations à des fins statistiques. Ces chiffres ne sont pas communiqués à des tiers et sont uniquement publiés comme somme totale de toutes les entreprises ou exploitations :

- Valeur d'achat des produits annoncés auprès de la marque régionale ;
- Données sur les employés, y compris chef d'entreprise/d'exploitation, en équivalents plein temps ;
- Nombre d'exploitations agricoles actives comme fournisseurs ;
- Distance jusqu'au fournisseur le plus éloigné d'ingrédients agricoles présentant la qualité exigée par la marque régionale.

6.4 Obligation d'annoncer

Toute modification majeure en termes de personnel ou d'organisation au sein d'une entreprise pouvant influencer la mise en place du programme des marques régionales doit être signalée.

7 Attribution de la marque régionale

7.1 Prescriptions relatives aux mentions

Le contrat de licence conclu avec le propriétaire de la marque régionale habilite l'entreprise, une fois les contrôles ayant eu lieu avec succès, à apposer les mentions suivantes :

Modèles de collaboration	1	2	3	4
Mention				
Affichage de la marque régionale à l'entrée de l'établissement	X	X	X	X

Modèles de collaboration	1	2	3	4
Référence générale sur la carte des mets indiquant la collaboration avec la marque régionale	X	X	X	X
Distinction des plats avec la marque régionale sur la carte des mets			X	X
Combinaison de la marque regio.garantie avec la marque régionale		X		X

L'utilisation de la marque est définie par écrit par le propriétaire de la marque régionale.

Les premières cartes de mets et de vins qui font référence à la marque régionale sont soumises à l'approbation du propriétaire de la marque régionale/de l'organe de contrôle. Les modifications ultérieures ne sont soumises à l'approbation que si elles concernent la référence à la marque régionale.

Avant de réaliser des supports publicitaires, brochures, etc. avec référence à la marque régionale, le bon à tirer est soumis à la marque régionale/l'organe de contrôle.

7.2 Identification à la marque régionale

L'équipe des collaborateurs connaît l'offre de produits de la marque régionale de l'entreprise.

L'équipe des collaborateurs connaît les principes de la philosophie de la marque régionale.

Le site Internet comporte un lien vers le site de la marque régionale.

Le matériel publicitaire de la marque régionale est disponible à un endroit bien visible.

8 Coûts

Les coûts pour l'utilisation de la marque, la certification et les activités de marketing sont réglés dans le règlement relatif aux tarifs du propriétaire de la marque régionale en question.

9 Entrée en vigueur et modification des directives

Les présentes directives ont été établies le 26.09.2017 par la commission nationale des lignes directrices. Les présentes directives entrent en vigueur le 01.01.2018. Un délai transitoire jusqu'à la fin 2019 est octroyé aux preneurs de licence inscrits avant cette date.