

Édition Slow food : militants du « bon, propre et juste »

lalsace.fr/haut-rhin/2019/03/31/militants-du-bon-propre-et-juste

Quand le mouvement « slow food » collecte le meilleur du terroir français, cela donne naissance à un guide extraordinaire de (bio) diversité. L'Alsace n'a pas été oubliée : y figurent notamment la poule noire et le munster au lait cru.

Le 31/03/2019 06:05 par J.-D. K. , actualisé le 01/04/2019 à 20:49 Vu 415 fois



De d. à g. : Jérôme Koehler et Nicolas Senn présentent « Le grand guide Slow food des produits du terroir français » au café Libellule, à Colmar. Photo L'Alsace/Jean-Daniel Kientz

Nouveau président des Schnackala, la version haut-rhinoise du mouvement international Slow food , Jérôme Koehler a pris la succession du fondateur Nicolas Senn début mars. « Nous n'avons rien à vendre, juste à promouvoir », lâche le duo venu au Libellule café à Colmar pour parler du Grand guide Slow food du terroir français.

Cet ouvrage de 250 pages met en valeur le meilleur du terroir métropolitain, selon des valeurs défendues depuis près de 40 ans par ce mouvement italien d'origine.

PUBLICITÉ

[inRead invented by Teads](#)

Rappelons tout de même le « slogan » de Slow food qui se résume ainsi : « bon, propre et juste ». D'où la sévère sélection des produits figurant dans ce guide ; en Alsace, ils se limitent, aujourd'hui, à la poule noire, le bargkass, le munster au lait cru (et par ricochet la

race vosgienne) et à la compiche, la très consistante potée welche.

Pousser à une prise de conscience

On mesure d'emblée l'exigence de Slow food qui veille à reconnaître ici exclusivement les produits répondant à cinq critères reposant sur la qualité (y compris sensorielle), l'identité territoriale, une production limitée et sur un risque « réel » de disparition.

La mission des militants haut-rhinois est de pousser à « une prise de conscience » et pour cela il faut interpeller le consommateur ou plutôt le « consommateur », nous dit-on.

Le job de la cellule militante alsacienne est aussi de convaincre Slow food d'intégrer de nouveaux produits dans leur catalogue patrimonial. Et Nicolas Senn d'évoquer d'emblée le sylvaner à peau rouge effectivement en voie de disparition dans le vignoble du piémont alsacien.

L'escargot avance doucement...

« Notre emblème, c'est l'escargot. Il avance doucement mais toujours droit devant lui », rappellent M.M. Senn et Koehler. Ce guide indispensable est né de trois projets initiés par Slow food : l'Arche du goût (le dit catalogue de produits alimentaires en voie de disparition), les Sentinelles Slow food (une aide et un soutien aux producteurs) et l'Alliance des cuisiniers.

Cette alliance est d'abord née en Italie pour ensuite essaimer en France et ailleurs

En tant que patron du Cheval Blanc à Westhalten, Jérôme Koehler y adhère, formant ainsi un (micro) réseau de cuisiniers alsaciens défendant les produits « bons, propres et justes ». « Cette alliance est d'abord née en Italie pour ensuite essaimer en France et ailleurs ». En Alsace, sept établissements en font partie. En Bretagne, une école Slow food est même née de ce réseau de cuisiniers attachés à la sauvegarde d'un certain art de vivre.

LIRE Le 5 avril, Le grand guide Slow food des produits du terroir français est présenté au Libellule café, 6, rue de la Grenouillère, à Colmar, à partir de 17 h 30, en présence notamment de Christine Quesnot, Violette Botter, Gabriel Willem et Simon Baltenweck.

Slow food dans plus de 150 pays

Carlo Petrini, président fondateur de Slow food, peut être fier : depuis son lancement en Italie, au début des années 1980, le mouvement a pris une ampleur internationale, essaimant ses valeurs dans plus de 150 pays.

De nombreux projets naissent avec un souci constant : la préservation de la biodiversité « sauvage et domestique », incluant aussi les savoir-faire, les variétés végétales, les races animales, et in fine les produits dits de terroir nés de ces pratiques et des sélections réalisées par les paysans sur leur territoire.

Les bénévoles œuvrent sur de nombreux fronts : porter à la connaissance des milliers de produits traditionnels pouvant potentiellement disparaître, soutenir ces petits producteurs attachés à la préservation des produits traditionnels vendus directement et créer des jardins

cultivés selon des pratiques agro-écologiques respectueuses.