



Que ce soit dans la variante de frites classique ou, comme ici, dans la variante poivrée: la maison Kadi AG, fabricant de produits à base de pommes de terre, attache depuis longtemps une grande importance au développement durable. Cela s'exprime entre autres par le fait qu'en temps normal, les pommes de terre proviennent presque exclusivement de l'agriculture suisse.



ECO-SCORE [beelong.ch](https://beelong.ch)



Kadi AG, Langenthal:

## Kadi pose un jalon supplémentaire en matière de développement durable

Depuis 1951, la maison Kadi AG de Langenthal est réputée en tant que fabricant innovateur de produits à base de pommes de terre et d'autres spécialités surgelées destinés à la gastronomie suisse. Outre les standards de qualité très élevés de ses produits, voici des années que l'entreprise de Langenthal s'emploie également à favoriser des produits d'origine régionale et respectant les principes du développement durable. Dans ce contexte, la spécialiste des produits à base de pommes de terre franchit une nouvelle étape et fait évaluer l'ensemble de ses produits par le Beelong Eco-Score.

Texte: Irene Infanger/PD | Photos: Nicole Stadelmann et m.à.d.

Pour garantir que ses produits alimentaires destinés à la gastronomie et au commerce de détail offrent une qualité de tout premier plan, la société Kadi AG fournit des prestations de pointe. La combinaison optimale entre des recettes éprouvées de longue date réalisées avec des matières premières cultivées et sélectionnées avec soin et l'engagement des technologies les plus récentes lui permet justement de garantir une qualité correspondante.

Pour Kadi, les thèmes du développement durable et de l'origine régionale de ses matières premières sont également tout aussi importants. «Nous travaillons avec des hommes et transformons une matière première que la planète met à notre disposition. Nous n'avons donc tout simplement pas d'autre choix que de prendre en sérieux les principes du développement durable» soulignait récemment Christof Lehmann, directeur de la maison Kadi AG, dans le cadre d'une interview accordée à Pot-au-Feu. Pour Kadi AG, le développement durable n'est donc pas simplement une notion théorique mais l'entreprise entend bien contribuer activement à que l'influence qu'exerce le secteur alimentaire sur le climat s'améliore.

Le producteur de spécialités à base de pommes de terre, domicilié à Langenthal, a ainsi décidé de faire évaluer l'ensemble des produits qui constituent l'assortiment Kadi par le Beelong Eco-Score. Ce dernier évalue des produits sur une échelle de A à E en fonction de l'influence que ces derniers exercent sur l'environnement. «Kadi veut fournir sa contribution à une économie plus durable. Il est de notre responsabilité de veiller à faciliter aux consommateurs les décisions liées au thème du développement durable» explique Christof Lehmann, CEO de Kadi.

### *Selon quels critères l'évaluation se fait-elle?*

Globalement, le Beelong Eco-Score évalue des produits sur la base de cinq catégories principales:

- D'un côté, l'origine des produits alimentaires joue un rôle déterminant. Plus les produits sont cultivés, élevés ou pêchés à proximité, plus l'évaluation sera bonne. Cela s'explique par le fait que dans un tel cas, les distances de transport seront plus courtes et provoqueront moins d'émissions.

**«Nous avons choisi de faire évaluer tous nos produits avec le Beelong Eco-Score pour favoriser la consommation de plus en plus de produits alimentaires répondant mieux aux principes du développement durable.»**

Christof Lehmann, CEO de la maison Kadi AG, Langenthal



Mise sur les meilleures pommes de terre suisses pour les produits Kadi: Christof Lehmann, directeur de la maison Kadi AG, veut également fournir sa contribution pour que l'influence sur le climat de la branche alimentaire s'améliore.



**«Le Beelong Eco-Score est une bonne chose. Les clients reconnaissent ainsi d'un seul coup d'œil quelle est l'influence qu'un certain produit exerce sur l'environnement.»**

Christof Lehmann, CEO de la maison Kadi AG, Langenthal

### Beelong veut réduire l'influence que notre alimentation exerce sur l'environnement

Comment choisir ses produits de manière plus favorable à l'environnement? Comment aider les acheteurs professionnels à se baser également sur d'autres critères que le prix, la qualité et l'emballage? Créé en 2008 sur le campus de l'Ecole Hôtelière de Lausanne (EHL), l'indicateur Beelong tente justement de répondre à ces questions.

L'entreprise du même nom a été fondée en 2014. 70 instituts ont par la suite travaillé avec l'indicateur au cours des ans qui ont suivi. En 2017 - en raison de l'intérêt croissant signalé par le marché et en raison des nouvelles exigences et attentes de la part des restaurateurs en matière de transparence, de traçabilité et de développement durable - l'entreprise a encore développé ses prestations de services pour les commerçants de marque et de produits alimentaires. Aujourd'hui, Beelong travaille avec de nombreux restaurateurs, de nombreuses marques et des commerçants dans l'ensemble de la Suisse. Ils sont tous des acteurs se préoccupant de l'avenir de notre planète et de la transparence du système d'approvisionnement en produits alimentaires.

Le nom Beelong se compose par ailleurs de trois notions: bee, belong et long. L'abeille, en anglais «bee», car il s'agit d'un symbole fort de l'influence de l'humain sur l'environnement. L'abeille est un insecte indispensable pour l'agriculture tout en étant simultanément la victime d'une agriculture par trop intensive. Le verbe anglais «to belong to» signifie que nous vivons tous sur la même planète et que nous appartenons tous à la même communauté de personnes conscientes des problèmes environnementaux. Pour terminer, la notion «long» fait intervenir le concept de la conservation et d'une longue durée de vie.

**ECO-SCORE** beelong.ch



- La saison à laquelle les fruits et les légumes sont achetés intervient également dans l'évaluation. Plus les achats sont saisonniers, mieux c'est.
- Le type de production est également important pour l'Eco-Score. Le fait de ménager la bio-diversité, les sols ainsi que les cours et plans d'eau joue ici un rôle déterminant. Ainsi, les produits distingués par un label crédible obtiendront une meilleure évaluation.
- Par ailleurs, l'influence des produits sur le climat joue également un rôle dans le cadre de l'évaluation. Ce point tient compte de facteurs tels que les émissions de CO<sub>2</sub>, la pollution de l'eau et l'utilisation du sol dues au produit.
- Finalement, une grande attention est vouée au processus de transformation des produits. Plus les produits sont crus et frais lorsqu'ils arrivent en cuisine, plus l'évaluation sera élevée.

#### «Un pas dans la bonne direction»

«Pour que les achats se fassent de manière plus durable, il faut que nous mettions à la disposition de nos clients suffisamment d'informations relatives au caractère durable des produits. Nous mettons ainsi en place une plus grande transparence» explique le CEO Christof Lehmann. Ce système d'évaluation permet aux clients de reconnaître plus rapidement quelle est l'évaluation des divers produits en matière de protection de l'environnement, ce qui leur facilite le choix des produits. Le directeur Kadi en est convaincu: «C'est un pas dans la bonne direction. Nous pouvons ainsi contribuer à ce que le comportement de la branche alimentaire et des consommateurs soit plus en phase avec le climat.»



#### Pour savoir davantage

**Kadi AG**

Thunstettenstrasse 27  
4900 Langenthal  
Tél. 062 916 05 00  
info@kadi.ch  
www.kadi.ch