

FERVENT DÉFENSEUR DU BIEN MANGER POUR TOUS, LE CHEF ÉTOILÉ THIERRY MARX S'ÉRIGE EN PORTE-PAROLE DE LA DÉMARCHE BLEU-BLANC-CŒUR

Entré dans la démarche Bleu-Blanc-Cœur en tant que restaurateur adhérent de l'association, le chef multi étoilé Thierry MARX se donne aujourd'hui le rôle de porte-parole auprès des grands décideurs et des consommateurs. Dans un contexte économique mondial tendu, il dénonce une économie de renoncement en matière d'alimentation et plaide le droit à une alimentation de qualité, accessible à tous, malgré la crise.



« Alors que nous sortons d'une crise sanitaire majeure, que nous vivons à plein les conséquences du dérèglement climatique et nous entrons dans une période de forte inflation, nous devons combattre la dictature du low cost, qui est une théorie du renoncement à la qualité, pour éviter une alimentation à deux vitesses et des fractures sociales. Bien entendu, le prix est aujourd'hui plus que jamais le levier principal d'acte d'achat des ménages en alimentation. C'est pourquoi il faut soutenir une démarche exemplaire comme Bleu-Blanc-Cœur qui garantit un maximum d'impacts nutritionnels, sociaux et environnementaux, pour un surcoût minimum à l'achat. C'est un schéma d'accès à la qualité dans une logique d'action massive, diamétralement opposé à l'idée d'un label élitiste. » explique Thierry Marx.

Si Thierry Marx met sa notoriété au service de Bleu-Blanc-Cœur, c'est parce qu'il y a une identité de vue sur les valeurs et aussi parce que ces valeurs sont largement méconnues.

En effet, si la notoriété de Bleu-Blanc-Cœur est forte (2 Français sur 3 reconnaissent aujourd'hui le logo) peu en connaissent l'histoire, les valeurs et surtout l'originalité :

Rappelons que Bleu-Blanc-Cœur est née il y a 22 ans car aucune démarche ne prenait en compte ses enjeux :

- **Large accessibilité** (à l'opposé de l'élitisme) pour un impact santé et climat fort
- Ancrage dans l'**économie sociale et solidaire**
- **Socle scientifique** original et unique (Bleu-Blanc-Cœur après une étude clinique fondatrice)
- Lien étayé, mesurable entre Santé Publique et Environnement (**One Health** : La terre, les animaux, les hommes) ;
- **Gouvernance représentative** de tous les acteurs du bien manger ;
- **Obligations de résultats** mesurables garantissant une différence ;

Encore aujourd'hui, Bleu-Blanc-Cœur est la seule démarche de qualité qui intègre des obligations de résultats analysables. Ces mesures garantissent une production française rémunératrice pour le monde agricole, des pratiques agroécologiques, des impacts forts et mesurés sur le climat et la santé humaine.

La démarche Bleu-Blanc-Cœur est devenue en 22 ans la 1^{ère} démarche de qualité en filières animales. Elle compte aujourd'hui plus de 2 000 produits alimentaires dont la composition nutritionnelle est favorable à la santé humaine. 7 études cliniques Bleu-Blanc-Cœur menées par INRAe ou l'INSERM mesurent l'impact positif de ces nouvelles pratiques agricoles sur l'obésité, les maladies cardiovasculaires et le diabète. La prise en compte de ces maladies de civilisation aux composantes nutritionnelles fortes nécessite de s'adresser au plus grand nombre (large accessibilité). Elles peuvent donc être prévenues, preuves à l'appui, par un changement des pratiques agricoles.

Ces bénéfices étayés justifient un surcoût de production de ses produits de 5 % maximum, contrôlé dans le cadre des accords collectifs du Programme National de l'Alimentation.

Sur le plan environnemental, les études conduites avec INRAe démontrent que Bleu-Blanc-Cœur réduit en moyenne de 20 % l'impact CO₂ de la production des viandes, œufs, produits laitiers, en comparaison des produits issus d'animaux conventionnels.

Les modes de production Bleu-Blanc-Cœur sont suffisamment fiables pour être reconnus par l'ONU dans le cadre de la lutte contre le changement climatique depuis 2012. Elle impose par ailleurs le « zéro huile de palme » depuis 20 ans dans son cahier des charges, présente un plan de suppression totale du tourteau de soja d'importation à échéance 2023 et encourage l'indépendance protéique nationale.

Les produits Bleu-Blanc-Cœur se retrouvent partout, des rations de combat de l'armée Française aux cantines des écoles et jusqu'aux meilleures tables étoilées.

« La cuisine a toujours été pour moi un lien naturel et social qui peut rassembler les Hommes. Défendre des produits bruts de grande qualité nutritionnelle et gustative, issus de pratiques vertueuses pour l'Homme et la Planète, c'est mettre ma pierre à l'édifice de l'accessibilité et prouver que Bleu-Blanc-Cœur a sa place dans toutes les cuisines. Je travaille quotidiennement les produits issus de la démarche : lait, beurre, fromages, volailles, etc, dans le cadre d'une alimentation plus consciente, résolument axée vers la qualité, et une mise en valeur toujours plus intelligente de la ruralité. J'ai toujours soutenu les initiatives agricoles et alimentaires porteuses d'avenir, et Bleu-Blanc-Cœur est une spirale vertueuse. »

« Les produits Bleu-Blanc-Cœur sont des produits bruts. L'alliance avec les chefs est une alliance entre l'éducation au goût et la qualité des modes de production agricoles, pour que nutrition, plaisir et environnement se retrouvent dans l'assiette », ajoute Thierry Marx.

À propos de Bleu-Blanc-Cœur :

Créée il y a 22 ans, l'Association Bleu-Blanc-Cœur est une démarche agricole et alimentaire qui repose sur des fondamentaux scientifiques solides dans les domaines de la santé et de l'environnement. Elle défend une alimentation 100 % française, nutritionnellement dense, durable et riche en goût. Bleu-Blanc-Cœur est le plus grand mouvement citoyen du bien manger en France : l'association compte 910 adhérents et 24 000 membres dans ses communautés (scientifiques, médecins, paysans, chefs et consommateurs).

Bleu-Blanc-Cœur représente une part de production de 5 à 15 % en moyenne des filières françaises (porc, volaille, bœuf, lait, bœuf, etc). À date, 2 500 produits alimentaires sont référencés Bleu-Blanc-Cœur pour un Chiffre d'affaires de ses filières atteignant 2 Milliards d'euros par an.

Démarche née et enracinée dans les terroirs de France, Bleu-Blanc-Cœur est désormais présente dans 12 pays, de la Belgique au Japon ou à la Colombie avec des associations sœurs comme une vitrine de la gastronomie et de l'agronomie « à la Française ».

www.bleu-blanc-coeur.org