

JAA
CH-1205 Genève
POSTE CH SA

RECADEC-CPA www.recatec-cpa.ch
0848 0848 01

30
1989-2019



Distributeur pour la Suisse romande **RATIONAL**

LE CAFETIER

JOURNAL DES CAFETIERS, RESTAURATEURS ET HOTELIERS ROMANDS

Rédaction: Avenue Henri-Dunant 11 - 1205 Genève - Tél. 022 329 97 46

N° 2 • 28 janvier 2022



illy
CAFFÈ

www.illycafe.ch

TRAITS DE CARACTÈRE

OFFRE SPÉCIALE
Commandez votre
Neuchâtel
NON FILTRÉ
sans plus attendre sur le site
www.neuchatelnonfiltre.ch

SWISS WINE | SANS HESITER
NEUCHÂTEL

Suisse. Naturellement.



GENÈVE
> Page 12

Malgré la pandémie,
Palexpo entrevoit
un avenir radieux

+
ROTOR
Lips

Machines de qualité suisse.

Trouvez votre
appareil approprié.



www.rotorlips.ch

LU pour VOUS

REMIX

Donnez une seconde vie à vos restes



Pour une cuisine créative et antijet

Un livre pour donner vie aux déchets

Son titre? Remix! Téléchargeable sur le site de Too Good To Go <https://toogoodtogo.ch/fr-ch/download/ebook>, cet ebook fera la joie de celles et ceux qui souhaitent lutter contre le gaspillage alimentaire responsable de 10% des gaz à effet de serre dans le monde.

L'application Too Good To Go, créée au Danemark en 2015 compte déjà un joli lot de fans en Suisse, avec plus d'1,6 million d'utilisateurs et quelque 5300 restaurants, café et commerces qui y adhèrent pour donner une seconde vie aux invendus.

Au fil des saisons, ce plaisant ouvrage donne des idées à ceux qui se sentent désemparés face aux restes de repas, aux légumes et fruits un peu moches ou aux yaourts fraîchement périmés. Une mine d'idées pour réaliser des mets, de l'apéro au dessert, sans rien jeter. Alors on s'y met?

M.M.

<https://toogoodtogo.ch/fr-ch/download/ebook>

Le Label Fait Maison cartonne



labelfaitmaison.ch

Malgré la pandémie, les restaurateurs ont été nombreux à demander à pouvoir arborer la petite planche orange sur leur carte. Le signe d'un besoin d'authenticité!

MANUELLA MAGNIN

SUISSE

Il y a aujourd'hui 360 labellisés dont plus de 180 nouveaux depuis le début de la pandémie. À Pully, dans les quartiers généraux du Label Fait Maison, Carine Rouge, chargée de projet, a le sourire. Elle se réjouit d'aborder cette année 2022 avec plein de nouveaux projets. «En mars 2020, nous pensions que la fermeture des restaurateurs entraînerait une chute des demandes de labellisation. Cela n'a pas été le cas. Entre avril et mai 2020, j'ai effectué 40 visites chez des professionnels qui font de la vente à l'emporter. Aujourd'hui 50% de nos adhérents font de l'emporter, contre 20% au démarrage du label. Tous sont convaincus que si les gens sortent moins, ils veulent s'assurer de l'authenticité de ce qu'ils mangent.»

Le Label Fait Maison a été initié par GastroSuisse, La Semaine du Goût, Slow Food Suisse et la Fédération romande des consommateurs en septembre 2017 en Suisse romande. Transparence, savoir-faire, diversité des goûts et authenticité sont les valeurs communes aux organisations de défense des consommateurs et des restaurateurs. Un plat est considéré comme «Fait Maison» s'il est cuisiné entièrement sur place à partir de produits bruts ou traditionnellement utilisés en cuisine. Si un plat ne répond pas aux exigences du cahier des charges, il est signalé par un astérisque

sur la carte signifiant un gage de transparence pour les consommateurs et une assurance d'une cuisine authentique. Les restaurants labellisés sont mis en avant sur le site internet <https://labelfaitmaison.ch>, également sur les réseaux sociaux et lors d'actions ponctuelles tout au long de l'année (voir encadré).

LA SUISSE ALÉMANIQUE

En 2022, l'expansion va se poursuivre en Suisse romande, mais également en Suisse alémanique. «Nous n'en sommes qu'aux prémices outre-Sarine, mais nous allons mettre le paquet cette année grâce à une nouvelle recrue bilingue qui a été engagée à cet effet. Notre objectif est d'avoir 150 labellisés, principalement dans les grandes villes alémaniques!», relève Carine Rouge. 2022 sera aussi l'occasion de développer des ateliers pratiques de cuisine pour les restaurateurs, une présence accrue sur des salons et événements axés grand public et professionnels. Une page «recettes des labellisés» sera aussi créée sur le site internet du Label.

PROMOTIONS À FOISON

Plus de 260 restaurants ont participé aux promotions 2021 autour de différents produits. Le programme s'étoffe pour 2022:

NOUVEAU - La saucisse aux choux vaudoise IGP revisitée du 24 au 30 janvier en collaboration avec Charcuterie Vaudoise;

À la découverte du printemps avec Le Gruyère AOP du 21 au 27 mars, en collaboration avec Le Gruyère AOP;

Asperges repensées du 16 au 22 mai;

Nouveau - Douceur au soleil: dessert du 20 au 26 juin;

NOUVEAU - Végé pour la rentrée du 22 au 28 août, une suggestion végétarienne marque la rentrée, des légumes oui... mais pas que!

Un plat signature durant la Semaine du Goût: le curry du Label Fait Maison du 15 au 25 septembre;

La chasse découverte en octobre et novembre: + de 100 adresses et menus chasse!

kg
15⁵⁰

Doucette
1 kg net



Toutes les offres TVA exclue

l
2⁹⁵

Quality
Huile de colza
20 l



kg
10⁴⁰

Crema
Raclette Mazot
IP Suisse
carrée
1/2 meule
env. 3 kg



31.1-5.2.2022

Vous trouverez d'autres offres sous:
prodega.ch

PRODEGA

Retour en images



Les meilleures entreprises formatrices ont été récompensées

Chaque année, huit entreprises formatrices genevoises (une par pôle de formation et une grande entreprise) sont distinguées par l'Association Cité des métiers qui rassemble les associations patronales et syndicales, ainsi que le Département de l'instruction publique, de la formation et de la jeunesse (DIP).



M. Stefano Fanari, chef du restaurant Giardino Romano à Saint-Jean, et Président de la formation professionnelle à la Société des Cafetiers, a obtenu la récompense du Pôle service et hôtellerie-restauration.

PALMARÈS 2020-2021

Pôle Arts: Am Stram Gram Le Théâtre (2020), Photorotation Sàrl (2021)

Pôle Commerce: Union Européenne de Radio-Télévision (2020), SGS Société Générale de Surveillance SA (2021)

Pôle Construction: Maulini SA (2020), Metaloid SA (2021)

Pôle Nature et environnement: Entreprise Forestière Julien Palaz (2020), Dr. Hugi Doris vétérinaire (2021)

Pôle Santé-social: Centre Médico-Dentaire Balaxert (2020), Pharmacie Amavita Petit-Lancy – Galenicare SA (2021)

Pôle service et hôtellerie-restauration: Boulangerie Oberson (2020), Restaurant Giardino Romano (2021)

Pôle Technique: Jaques Opticiens (2020), Garage et carrosserie du Nant d'Avril (2021)

Grande entreprise: Société Coopérative Migros Genève (2020), LABCORP CLS (2021)



Non aux interdictions publicitaires

Alors que la législation fédérale interdit déjà la publicité pour les produits du tabac visant les jeunes, et alors que des restrictions de publicité encore plus sévères entreront en vigueur d'ici une année, l'initiative soumise au vote populaire le 13 février cherche à bannir totalement la publicité pour le tabac. Cette position extrême se révélerait dangereuse et ouvrirait la porte à toutes sortes d'autres interdictions publicitaires.

Un titre trompeur

Parmi les objets qui seront soumis au vote populaire le 13 février prochain, l'initiative intitulée «Oui à la protection des enfants et des jeunes contre la publicité pour le tabac» semble avoir le vent en poupe si l'on en croit les premiers sondages. On peut le comprendre: à ce stade de la campagne, le public ne juge cette initiative que sur son titre – accrocheur, émotionnel, trompeur.

Que dit le texte? Si l'on excepte un bref bout de phrase invitant la Confédération et les cantons à s'engager à en faveur de la promotion de la santé des enfants et des jeunes – mais ne le font-ils pas déjà? –, le cœur de la revendication réside dans une modification de l'article 118 de la Constitution (protection de la santé) qui demanderait à la Confédération de légiférer pour «interdire notamment, pour les produits du tabac, toute forme de publicité qui atteint les enfants et les jeunes».

A l'heure actuelle, la législation fédérale sur le tabac interdit déjà toute publicité s'adressant spécialement aux jeunes de moins de 18 ans – notamment dans les lieux ou les manifestations fréquentés principalement par les jeunes, dans les publications destinées aux jeunes, sur les supports publicitaires remis aux jeunes, etc. L'initiative demande donc autre chose: il s'agirait d'interdire non seulement la publicité destinée aux jeunes, mais aussi la publicité susceptible d'être vue par des jeunes.

Le Parlement a fait un pas substantiel en faveur des revendications de l'initiative. La nouvelle loi sur les produits du tabac, qui entrera en vigueur d'ici une année, prévoit non seulement d'uniformiser dans toute la Suisse l'interdiction de vente de produits du tabac ou de cigarettes électroniques à des mineurs, mais aussi d'interdire la publicité pour le tabac sur les affiches, dans les cinémas, sur les terrains de sport, sur les bâtiments publics et sur les transports publics. Le parrainage de manifestations destinées aux jeunes et d'événements à caractère international serait également prohibé.

La disparition de la publicité ne ferait pas disparaître les fumeurs

Cette réglementation déjà très stricte ne suffit pas aux yeux des auteurs de l'initiative, qui veulent pousser leur logique jusqu'au bout et bannir la publicité pour le tabac (ou pour ses dérivés ou produits alternatifs) de tous les lieux publics et de toutes les publications non expressément réservées aux adultes. Il s'agirait donc d'une interdiction généralisée, qui toucherait non seulement les jeunes mais aussi les adultes.

Pour ce qui est du tabac, plus personne n'ignore aujourd'hui qu'il nuit à la santé. Des mises en garde omniprésentes nous le rappellent chaque jour. Pourtant une petite partie de la population continue à fumer. Les campagnes de prévention de plus en plus dures n'ont pas amené ces personnes à abandonner le tabac, pas plus qu'elles n'ont empêché de nouveaux consommateurs d'y goûter – par curiosité, ou précisément par goût de l'interdit. Comment croire qu'une absence de publicité puisse donner davantage de résultats? Certains pays étrangers se sont lancés dans une telle politique, sans effets probants.

Une fuite en avant

Pour être inutile et inefficace, une interdiction généralisée de la publicité pour le tabac n'en serait pas moins nuisible. Car la posture moralisatrice intransigente adoptée par les auteurs de l'initiative fait fi de la réalité économique que représente le tabac en Suisse: qu'on l'apprécie ou non, ce secteur fournit plus de 11000 emplois, génère une valeur de 6,3 milliards de francs – dont une partie profite aux médias et aux manifestations culturelles – et rapporte plus de 2 milliards de francs par année à l'AVS. C'est autant d'argent qu'on n'a pas besoin de prendre dans la poche du contribuable. Dès lors, puisque le tabac n'est pas une substance interdite, il est légitime que les producteurs puissent en faire la publicité auprès des consommateurs intéressés, tout au moins de manière restreinte comme c'est le cas aujourd'hui.

Il faut aussi et surtout voir plus loin: une interdiction généralisée de la publicité pour le tabac préfigurerait forcément d'autres interdictions publicitaires pour tous les produits qu'une partie de la population perçoit comme moralement condamnables. Si l'on considère que les citoyens sont incapables de maîtriser leurs choix et qu'il appartient à l'Etat de les éduquer, on en arrivera à interdire la publicité pour l'alcool, pour la viande, pour les boissons rafraîchissantes, pour les sucreries, sans parler des voitures et des voyages. De telles revendications se font déjà entendre...

Pour le tabac, chacun admet aujourd'hui que la publicité soit fortement limitée. La législation prévoit cela. Il n'y a nul besoin d'une interdiction totale, qui constituerait une fuite en avant vers une mise sous tutelle des individus. L'initiative soumise au vote défend une position extrême, nous répondons NON.

Pierre-Gabriel Bieri

plus de

2000 actions

chaque semaine

23%

13.93

70 cl

Aigle Les Murailles
Chablais AOC 2020, 6 x

14%

16.49

kg

Filets de poulet frais
de Suisse, env. 2.5 kg

55%

12.59

kg

Bar d'élevage frais
de France, 600-800 g

Genève | Chavannes-Renens | Sion | Matran

Offre valable du 31 janvier au 5 février 2022 – Prix Pro hors TVA, rabais déduit



LE MONDE DE LA NUIT TRINQUE

Selon une enquête relayée dans plusieurs médias, le monde de la nuit est très inquiet. Le secteur a vu son chiffre d'affaires chuter de 60 à 70%, d'après un nouveau sondage réalisé auprès de ses membres. Des fermetures sont à craindre en raison des mesures de lutte contre le coronavirus. Une prolongation de la règle «2G+» jusqu'à la fin mars plongerait la branche dans des difficultés existentielles.

Selon ce sondage, mené auprès d'une centaine d'établissements, 46% des lieux abritant des événements, 16% des clubs et 7% des bars ont déjà dû cesser leur activité pour des raisons économiques, indique la commission suisse des bars et des clubs (CSBC).

Actuellement, 8% des lieux accueillants des événements sont encore ouverts. La proportion est de 18% pour les clubs et de 27% pour les bars. La majorité des établissements sondés économisent sur le contenu culturel. Cela se fait en particulier au détriment des artistes locaux. Dans 70% des établissements, une partie du personnel est au chômage partiel.

Dans ce contexte, le monde de la nuit a besoin d'un soutien simple, indépendamment du maintien ou non de la règle du «2G+» (vacciné ou guéri + test négatif), faute de quoi des établissements fermeront, avertit la CSBC. Le versement d'indemnités pour les cas de rigueur en avril est trop tardif.

En outre, la commission exige la prolongation de la durée du chômage partiel. Le contraire conduirait à des licenciements. Il faut par ailleurs «enfin un scénario de sortie fiable». La branche est soumise depuis mars 2020 à des restrictions massives en raison des mesures de lutte contre le coronavirus.

L'influence des couleurs

Des chercheurs ont mené des expériences quant au rôle de la teinte des tasses sur la perception du goût et de la température du café.

M.M.

SOCIÉTÉ

C'est la société française Nutrimarketing qui nous l'apprend dans sa dernière newsletter. Plusieurs expériences ont été menées en lien avec l'influence de la couleur des tasses sur l'appréciation du goût et de la température du café.

Une première expérience a cherché à vérifier la pertinence de l'observation d'un barman qui racontait que le café servi en tasse de porcelaine blanche avait un goût plus amer que lorsqu'il était bu dans une tasse en verre. Il s'est avéré que la tasse blanche améliorait l'intensité de la saveur du café par rapport à la tasse transparente. Une deuxième expérience avec des tasses en verre identiques et des manches colorés a démontré que la couleur de la tasse influençait l'évaluation du café par les participants, le café ayant été jugé moins sucré dans la tasse blanche que dans les tasses transparentes et bleues.

Des chercheurs ont fait également boire du café à 120 personnes dans quatre tasses de couleurs différentes (bleu, vert, jaune et rouge). Les participants devaient in-



diquer quel café était le plus chaud. 38% des participants ont déclaré que le café servi dans la tasse rouge était le plus chaud, suivi de la jaune (28,3%), de la verte (20,0%) et, enfin, de la bleu (13,3%).

Enfin 200 personnes se sont vues proposer du café dans quatre mugs différents, (marron, rouge, bleu et jaune). 76% des participants ont déclaré que le café servi dans

le récipient marron était trop fort, tandis que 80% des femmes estimaient que le café servi dans le récipient rouge avait un arôme plus riche. Le bleu suggérait un arôme plus doux pour la plupart et le café dans le récipient jaune était considéré comme plus faible.

**AGROVINA****Le salon aura lieu en avril!**

Après le report de l'édition de janvier, Agrovina se tiendra du 5 au 7 avril. L'évènement sera réparti en 3 journées thématiques:

- Mardi 5 avril: journée de l'arboriculture
- Mercredi 6 avril: journée de la viticulture
- Jeudi 7 avril: journée de l'œnologie.

www.lesvinsduvalais.ch

**SALON DES VINS VAUDOIS****Lundi 7 mars 2022, Zürich**

En collaboration avec le magazine Vinum, les Premiers Grands Crus et Labels Terravin seront à l'honneur lors de la 2^e édition du Salon des Vins Vaudois au Lake Side à Zürich.

www.vinum.eu

3^E ÉDITION DU GRAND PRIX JOSEPH FAVRE

En raison des restrictions sanitaires, il a été décidé que la troisième édition du Grand Prix Joseph Favre sera accessible uniquement sur invitation. Mais vous pouvez vous inscrire en ligne afin de suivre le Grand Prix depuis chez vous.

www.gpjosephfavre.ch

**APEROWORLD ET DIVINUM 2022 REPORT ET/OU ANNULLATION DES ÉVÈNEMENTS**

À la suite des nouvelles mesures communiquées lors des deux dernières conférences de presse du Conseil fédéral, Chassot Concept SA est au regret d'annoncer à nouveau des reports et/ou des annulations des évènements Apéro World et Divinum, prévus à Morges respectivement du 24 au 27 mars et du 6 au 11 avril 2022.

www.chassotconcept.ch



Un temple de la haute chocolaterie

Acteur réputé de la haute chocolaterie, la maison Jacot Chocolatier écrit cette année une nouvelle page de son histoire: l'entreprise va quitter son berceau historique de Noiraigue, dans le Val-de-Travers, pour s'installer à Môtiers, non loin de là, dans un tout nouveau Centre de la haute chocolaterie dont l'inauguration est prévue au mois de septembre. Le projet, devisé à près de 3 millions de francs, témoigne de l'ambition de Daniel Knöpfel, son directeur et actionnaire majoritaire, de mieux faire connaître son entreprise et la qualité, largement reconnue, de ses produits.

GEORGES POP

NEUCHÂTEL

Le nouveau siège du chocolatier neuchâtelois, à Môtiers, occupera une surface de 800 m², dans une vaste grange désaffectée, près du restaurant des Six Communes. Trois espaces y sont en voie d'aménagement: le premier consacré à la production, le deuxième dédié à l'histoire de l'entreprise, du chocolat haut de gamme, de ses matières premières, ainsi que de sa production, et le troisième à la dégustation, avec des ateliers ouverts au public. Daniel Knöpfel, qui est à l'origine du projet, espère y attirer de nombreux visiteurs. «Les grandes marques chocolatières font énormément de publicité. Elles occupent le terrain. Il s'agit pour nous de donner davantage de visibilité à la haute chocolaterie et à notre savoir-faire», souligne-t-il.

LE CHOIX DE MÔTIERS

«Plusieurs raisons nous ont convaincus que le choix de Môtiers était le bon: d'abord, la localité abrite déjà la maison



Fondée en 1949 par le boulanger-confiseur Marcel Jacot, l'entreprise, qui porte toujours son nom, s'honore de ne produire que des «grands crus».

de l'absinthe, ainsi que les caves de la maison Mauler, qui sont deux belles attractions touristiques; ensuite on y a trouvé, à un prix raisonnable, un édifice disponible, capable de recevoir nos nouvelles installations; enfin nous avons été touchés par l'enthousiasme des autorités communales», explique le patron de Jacot Chocolatier. Le site de Noiraigue qui a vu naître l'entreprise ne sera pas déserté pour autant: «Nous y conserverons notre dépôt», précise Daniel Knöpfel.

Fondée en 1949 par le boulanger-confiseur Marcel Jacot, l'entreprise s'honore de ne produire que des «grands crus» sans huile de palme, à base, notamment, de criolo, la variété la plus ancienne de cacao, connue déjà au temps des Mayas. Cette fève, cultivée essentiellement en Amérique du Sud et à Madagascar, est achetée à des producteurs affiliés au commerce équitable. Le lait, la crème et le beurre qui entrent dans la composition des chocolats Jacot sont, quant à eux, tous issus de la production locale. Les chocolats sont confectionnés et emballés à la main.

UN SOUTIEN PUBLIC

En 2018, l'arrivée de Daniel Knöpfel a donné un nouveau souffle à la vénérable chocolaterie qui était au bord de la banqueroute. Le projet de nouveau centre jouit du soutien des autorités de la commune de Val-de-Travers, à laquelle appartient Môtiers, du canton de Neuchâtel, ainsi que de la Confédération. Jacot chocolatier emploie actuellement douze collaborateurs à plein temps. Quatre emplois supplémentaires devraient être créés avant l'inauguration des nouvelles installations.

www.jacotchocolatier.ch



Le nouveau centre de Jacot Chocolatier est en voie d'aménagement dans une ancienne grange désaffectée, achetée à la commune de Val-de-Travers. Photos: © Jacot Chocolatier



TRANSGATE

Agent agréé par le Conseil d'Etat

Tel : +41 22 548 00 74

E-Mail : info@transgate.ch

- Le **spécialiste** de la **vente et de l'achat de fonds de commerce** en Suisse Romande
- Plus de **10 ans d'expérience** dans les transactions d'établissements dans le **secteur de la restauration**
- Toutes nos offres sur **www.transgate.ch**

Le Gruyère AOP perd une manche dans la bataille juridique qu'il mène aux États-Unis

Fromage peut-être le plus emblématique du terroir helvétique, le Gruyère AOP vient de subir une amère défaite devant la justice américaine: un tribunal de l'État de Virginie a estimé, contre l'avis de la filière, qu'il est permis d'appeler un fromage produit aux États-Unis «gruyère», estimant que cette appellation est «générique» et non liée à une région ou un pays en particulier. Déçu, Philippe Bardet, le directeur de l'Interprofession du gruyère AOP, ne s'avoue pas vaincu pour autant. «La bagarre continue!», nous a-t-il confié.

GEORGES POP



FRIBOURG

«**N**ous avons hérité d'une situation qui date du temps des grandes vagues migratoires vers l'Amérique. À cette époque, des Suisses débarqués aux États-Unis se sont mis à produire des fromages qu'ils ont appelés "gruyère" et des Italiens ont appelé les leurs "parmesan", par exemple. Et cette situation perdue! Or, si les Américains savent se battre bec et ongles pour préserver des marques telles que Google ou Apple, en revanche ils sont très permissifs en matière de législation alimentaire», explique Philippe Bardet.

▲ Photo: © Gruyère AOP

▲► Philippe Bardet, directeur de l'Interprofession du gruyère AOP, ne s'avoue pas vaincu. «La bagarre continue!», nous a-t-il confié.

Photo: © foodaktuell.ch

www.gruyere.com

DES EXPORTATIONS EN HAUSSE

Petite consolation: selon lui, un bon nombre de consommateurs américains ne sont pas dupes et font parfaitement la distinction entre l'authentique Gruyère AOP et les divers fromages indigènes, souvent industriels, qui se sont accaparé son nom. «À New York, pour ne citer que cette ville, un magasin de fromage sur deux vend notre Gruyère AOP. En 2020, sur un total de 32000 tonnes d'exportations, issues de notre filière, 4000 sont parties aux États-Unis. C'est un record! Et cette tendance se confirme pour 2021, même si nous n'avons pas encore tous les chiffres», constate-t-il avec satisfaction.

Il n'en demeure pas moins que la décision de la justice américaine est une grande source de contrariété: «Il est totalement absurde de considérer que "Gruyère" est un terme générique. Aucun Suisse ne peut accepter ça!

Nous n'allons évidemment pas en rester là! Ces prochaines semaines, nous allons examiner les arguments du tribunal américain pour lui apporter une réponse, avec nos avocats. Il existe des voies de recours. La bataille n'est pas finie et la bagarre continue!» souligne, déterminé, le directeur de l'Interprofession du gruyère AOP.

L'AOP GARANTE DE QUALITÉ

Pour mémoire, l'Appellation d'Origine Protégée (AOP) consacre la reconnaissance d'une qualité réservée aux produits typiques, ancrés dans une région. À l'échelle européenne, ce label garantit l'authenticité des produits traditionnels dont toutes les étapes de production sont réalisées selon un savoir-faire reconnu dans une même aire géographique. La production de lait, la fabrication du fromage et l'affinage du Gruyère AOP ont lieu dans les cantons de Fribourg, Vaud, Neuchâtel, Jura, ainsi que dans le Jura bernois.

PUBLIREPORTAGE

KADI TOUT LE PLAISIR DE LA POMME DE TERRE

Tout le plaisir des pommes de terre, perfectionné dans la commune bernoise de Langenthal
– maintenant également disponibles en qualité bio!

La gamme de produits «Tout le plaisir des pommes de terre à savourer chez soi» voit sa diversité s'agrandir grâce à une spécialité de pommes de terre bio suisse – les KADI Bio Frites!

Depuis février 2021, KADI met également à la disposition des ménages le nec plus ultra des délices gastronomiques. Grâce à quatre spécialités de pommes de terre surgelées, faciles à préparer et conditionnées dans de petits emballages pratiques, la qualité des professionnels est également disponible à la maison depuis bientôt un an. Comme KADI accorde une grande importance à la durabilité et que les consommatrices et consommateurs consomment de plus en plus d'aliments

produit selon des principes biologiques, un nouveau produit de qualité bio a été lancé au sein de la même gamme de produits.

SPÉCIALITÉ DE POMMES DE TERRE BIO SUISSE

Le nouveau produit bio est fabriqué, comme toute la gamme de produits, dans la commune bernoise de Langenthal à partir de pommes de terre bio et arbore le bourgeon du label Bio Suisse ainsi que le V-Label végane. Grâce à leurs modes de préparation flexible au four, à la friteuse ou encore à la friteuse à air chaud, nos KADI Bio Frites croustillantes sont toujours réussies, dans n'importe quelle cuisine.



KADI

www.kadi.ch

RECHERCHE

Pour notre site de St. Prex (VD), nous recherchons de suite ou à convenir:

Commercial interne/externe (H/F) 100% pour Genève

Bianchi est importateur et distributeur de poissons, fruits de mer, viandes, volailles, produits végétariens, frais et surgelés pour la restauration Suisse. Notre entreprise familiale (5^e génération) est en forte croissance en Suisse Romande. La qualité de nos produits, de nos services et de notre logistique est unanimement reconnue.

Votre profil:

- Idéalement entre 25 et 35 ans.
- Français (langue maternelle)/Allemand (notions)
- Expérience professionnelle dans le domaine de la gastronomie ou dans la vente de produits alimentaires
- Excellente présentation et sens de la négociation
- Volonté de s'investir et de prendre des initiatives
- Connaissance approfondie des outils MS-Office
- Esprit d'équipe, structuré, rigoureux

Votre fonction:

- Vous êtes chargés du développement de votre secteur
- Vous conseillez notre clientèle depuis notre bureau et en service externe
- Vous gérez un portefeuille de clients existant et vendez nos produits activement
- Vous accomplissez des tâches administratives commerciales

Notre offre:

- Un engagement direct, avec un CDI à la clef
- Un cadre de travail agréable, au sein d'une entreprise renommée, qui a pu conserver une ambiance familiale ainsi que des collègues bienveillants
- Un salaire à la hauteur de vos compétences
- Un véhicule de fonction

Si vous correspondez au profil décrit, n'hésitez pas à nous transmettre votre candidature complète (CV avec photo, certificats, diplômes) directement par courrier ou par mail.

G. Bianchi SA — Nico Leininger
Chemin du Glapin 2A - 1162 Saint-Prex (VD)
nico.leininger@bianchi.ch



Saint-Prex VD

Join us on facebook.com/Freshest Food

Join us on instagram.com/freshestfood

**Couple de restaurateurs
passionnés avec deux enfants
RECHERCHE**

café restaurant avec chambres
et appartement, location
ou gérance libre en Romandie.

Tél. 077 455 75 86

**BOURGEOISIE D'ICOGNE
Appel d'offres**

Suite à l'échéance du bail de l'actuel locataire, la Bourgeoisie d'Icogne lance un appel d'offres pour la mise en location du

Café d'Icogne

Comprenant :

- 1 Cuisine agencée
- 1 Salle équipée de 50 places (68 m²)
- 1 Terrasse équipée de 24 places (79 m²)
- 1 Cave

Début de l'activité : dès le 1^{er} avril 2022 ou à convenir
Des renseignements complémentaires peuvent être obtenus auprès de l'Administration bourgeoisiale au 027 484 20 00.

En cas d'intérêt, nous vous remercions d'adresser votre dossier de candidature contenant les documents usuels (curriculum vitae, copie de certificats, références etc...) sous pli recommandé, à la Bourgeoisie d'Icogne, Route de la Bourgeoisie 7, 1977 Icogne, avec la mention « Café d'Icogne », pour le 21 février 2022, au plus tard.



Société des Cafetiers, Restaurateurs
et Hôtelières de Genève

**COURS DE CAFETIER**

Démarrez votre nouveau défi professionnel sur de bonnes bases.

LA SOCIÉTÉ DES CAFETIERS PROPOSE UNE FORMATION
QUI COUVRE L'ENSEMBLE DE VOS BESOINS ET ATTENTES

1 FORMATION 4 POSSIBILITÉS

VOUS AVEZ DES DISPONIBILITÉS EN JOURNÉE ET VOUS SOUHAITEZ
UN PROFESSEUR À VOTRE ÉCOUTE ? NOTRE SOLUTION :

**LE COURS DE CAFETIER DU JOUR
1 990 CHF.—**

De mi-février à début avril 2022
Du lundi au vendredi

De 8 h 30 à 11 h 45 et de 13 h à 16 h 15

Vous avez la possibilité de bénéficier du chèque annuel de formation

1

VOUS TRAVAILLEZ EN JOURNÉE, VOUS ÊTES DISPONIBLE LE SOIR, ET VOUS
SOUHAITEZ UN PROFESSEUR À VOTRE ÉCOUTE ? NOTRE SOLUTION :

**LE COURS DE CAFETIER DU SOIR
1 990 CHF.—**

De fin janvier à mi-avril 2022

Du lundi au jeudi De 18 h à 21 h

Le samedi de 8 h 30 à 12 h et de 13 h à 16 h

Vous avez la possibilité de bénéficier du chèque annuel de formation

2

VOUS VOULEZ APPRENDRE OÙ VOUS VOULEZ, QUAND VOUS VOULEZ, ET
VOUS DÉSIREZ UN PROFESSEUR À VOTRE ÉCOUTE ? NOTRE SOLUTION :

**LE COURS DE CAFETIER MIXTE
1 350 CHF.—**

Cours E-Learning

+ 5 jours de formation en présentiel

Formulaire de pré-inscription sur www.coursdecafetiergeneve.ch

Vous avez la possibilité de bénéficier du chèque annuel de formation

3

VOUS VOULEZ APPRENDRE OÙ VOUS VOULEZ, QUAND VOUS VOULEZ, ET VOUS
SOUHAITEZ ÊTRE AUTONOME DANS VOTRE APPRENTISSAGE ? NOTRE SOLUTION :

**LE COURS DE CAFETIER E-LEARNING
CHF 600.—**

Accès à la plateforme

De mi-janvier à fin avril 2022

Formulaire de pré-inscription sur www.coursdecafetiergeneve.ch

Ne donne pas droit au chèque annuel de formation.

4

VOTRE RÉUSSITE, NOTRE PRIORITÉ
www.coursdecafetiergeneve.ch

022 329 97 22

IMPRESSUM

Bi mensuel fondé le 1^{er} octobre 1893. Journal romand — 128^e année — Paraît le vendredi.

➤ Rédaction Le Cafetier:

Avenue Henri-Dunant 11 — 1205 Genève
tél. 022 329 97 46 — fax 022 320 40 25
E-mail: journal@scrhg.ch

➤ Rédactrice en chef: Myriam Marquant**➤ Rédaction:** SOFIED SA**➤ Correspondants:** Manuella Magnin
Edouard Amoiet et Georges Pop.**➤ Abonnement:**

1 an Fr. 70.— (2,5% TVA incluse);

➤ Tarif publicités:

annonces Fr. 1.19 le mm
(2 col. minimum); réclames Fr. 3.50 le mm
Petites annonces par tél. 022 329 97 46

➤ Tirage contrôlé FRP/REMP:

8000 ex. (32000 lecteurs chaque semaine)

➤ Prépresse:

Laurence Bullat | SOFIED SA

➤ Impression: Atar Roto Presse SA**➤ Régie publicitaire:**

SOFIED SA
Avenue Henri-Dunant 11 — 1205 Genève
tél. 022 329 97 47 — fax 022 320 40 25

➤ Publicité et petite annonce:

Grégoire Gindraux
g.gindraux@lecafetier.net

➤ Éditeur et administration:

SOFIED SA
Avenue Henri-Dunant 11 — 1205 Genève

Crédit photos: © DR, sauf mention contraire

www.lecafetier.net

LE CAFETIER

Page facebook:
Journal Le Cafetier

MOTS CROISÉS

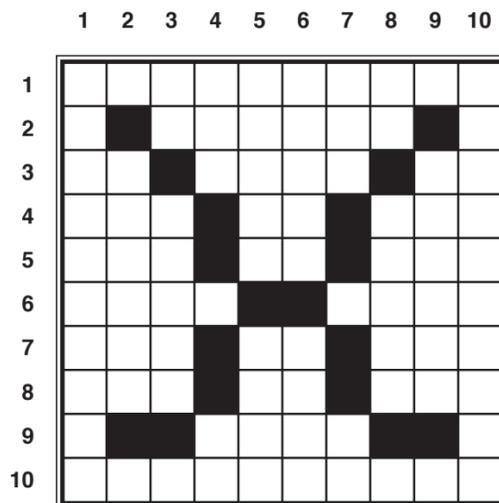
N° 1225

Horizontalement

1. Très grosse bête. – 2. Mémé. – 3. Mec plus ultra. Récupéra après avoir exagéré. Fait le lien. – 4. Se trouve en bibliothèque. Personnel. Fait mal au pied. – 5. Changea de peau. Conjonction. Roi d'Israël. – 6. La place du feu. Utile en cas de crevaisson. – 7. Démonstratif. Traduit l'âge. Tranchant. – 8. Fureur. Jeu de stratégie. B te à manger du foin. – 9. Petit papillon. – 10. Se place au-dessus de la barre.

Verticalement

1. Homme de bonne santé. – 2. Bondir. – 3. Démonstratif. Gourmandise aux fruits. – 4. Problème. Personnel. – 5. Chêne vert. Ne pas se tourner les pouces. – 6. Plumage de canard. Evalua. – 7. Régna il y a fort longtemps. Entre marteau et enclume. – 8. Dans la gamme. Assiégea. – 9. Rapport au vent. – 10. Instrument de chirurgien.



Solution des mots croisés N° 1224

P	A	R	T	E	N	A	I	R	E
Y	O	Y	O		I				N
R	U	T		P	A	M	E	N	T
A	T	H	L	E	T	I	Q	U	E
M	A	M	A	N		N	U	I	T
I	T	I	N	E	R	A	I	R	E
D		C	I	T	E	R	N	E	
A	C	I	E	R	I	E	S		M
L	I	E	R	E	N	T		N	O
E	L	N	E		E	S	S	A	I

ALIMENTATION SAINNE

Inciter au lieu de contraindre

Voilà une étude qui devrait inspirer les restaurateurs de collectivités. Une équipe de l'Université de Genève démontre que certaines techniques d'incitation douce, appelées « nudges », sont efficaces pour favoriser certains changements dans nos comportements, notamment alimentaires.

ALIMENTATION

Face à la pandémie ou au changement climatique, citoyennes et citoyens doivent impérativement changer leurs habitudes pour relever les défis sociétaux d'aujourd'hui. Mais comment y parvenir sans recourir à des mesures coercitives? C'est tout l'enjeu des « nudges » en plein essor depuis une décennie. En opérant de petites modifications dans notre environnement, ces interventions visent à favoriser certains changements dans nos comportements, tout en préservant notre liberté de choix. Des labels incitatifs à la réorganisation de l'offre alimentaire dans une cafétéria, l'efficacité globale de ces interventions, encore peu évaluée, vient d'être démontrée par une équipe scientifique de l'Université de Genève (UNIGE). Ces résultats sont à découvrir dans les Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America.



Photos: © Adobe Stock

Développée par l'économiste américain Richard Thaler à la fin des années 2000, la théorie du « nudge » (ou « coup de coude » en français) part du principe que nos choix ne sont pas uniquement déterminés par notre capacité à raisonner en fonction de nos propres intérêts mais sont aussi influencés par certains biais cognitifs, tels que nos émotions, nos souvenirs, l'avis d'autrui ou la configuration de notre environnement direct. Jouer sur ces éléments peut ainsi s'avérer plus efficace qu'une



interdiction ou une campagne de sensibilisation pour nous inciter à changer certains comportements, dans notre intérêt ou celui de la collectivité.

DES PLATS SAINS EN TÊTE DU MENU

En sciences comportementales, les chercheurs/ses appellent cela « agir sur l'architecture de choix ». C'est par exemple le processus à l'œuvre lorsque, dans une cafétéria d'entreprise, les plats les plus sains sont volontairement placés en tête du menu, pour inciter les clients à choisir l'option la plus profitable pour leur santé. Mais sans pour autant porter atteinte à leur liberté. Ce type d'interventions suscite par conséquent un intérêt toujours plus important au sein de la communauté scientifique mais aussi auprès des pouvoirs publics.

BG GASTRONOMIE SIGNE LA CHARTE « CUISINONS NOTRE RÉGION »

L'entreprise sise dans le district de la Veveyse est active dans la restauration collective. Sensible aux filières locales, elle rejoint aujourd'hui le mouvement « Cuisinons notre région » avec ses six établissements.

Le 18 juin 2021, le Conseil d'Etat présentait la démarche « Cuisinons notre région » et sa Charte. Pour rappel, celle-ci est portée par la Direction des institutions, de l'agriculture et des forêts (DIAF), la Direction de l'aménagement, de l'environnement et des constructions (DAEC) et la Direction de la santé et des affaires sociales (DSAS). Elle est accompagnée par les parties prenantes que sont l'Association Terroir Fribourg, Fourchette verte Fribourg, GastroFribourg, Grangeneuve et Beelong, qui soutiennent les établissements partenaires dans la mise en œuvre de la Charte. Sept mois après le lancement de cette démarche, 5 établissements ont déjà signé la Charte. Il s'agit des 3 restaurants de

l'Université de Fribourg, du restaurant de Grangeneuve et du restaurant de la Résidence des Bonnesfontaines à Fribourg.

En signant cette Charte, les établissements partenaires publics, parapublics et privés s'engagent à valoriser les produits régionaux et de saison, à privilégier des modes de production socialement responsables et écologiques et à promouvoir la santé par une alimentation équilibrée.

La société BG Gastronomie a été fondée en 2008 avec comme objectif d'offrir aux écoliers et étudiants des repas sains et équilibrés, élaborés avec des produits régionaux. Actuellement, elle prépare environ 4'000 repas par jour et emploie 60 collaborateurs, dont 24 professionnels titulaires d'une solide formation dans la restauration collective.

www.terroir-fribourg.ch



VOS

PARTENAIRES

POUR LA ROMANDIE

CAFÉ



ILLYCAFE AG
Wiesengrundstrasse 1
8800 Thalwil
T. +41 44 723 10 20
illycafe@illycafe.ch
www.illycafe.ch

FRITEUSE



VALENTINE FABRIQUE S.A
Z.I. Moulin du Choc E
1122 Romanel-sur-Morges
T. +41 21 637 37 40
info@valentine.ch
www.valentine.ch

GROSSISTE



DEMAUREX & CIE SA
Avenue Concorde 6
Chavannes-près-Renens
1020 Renens VD 1
T. +41 21 633 36 00
info@aligro.ch
www.aligro.ch

CUISINE



GEHRIG GROUP SA
Avenue des Baumettes 3
1020 Renens
T. +41 21 631 90 60
info@gehriggroup.ch
www.gehriggroup.ch

AGENCEMENT



RABOUD GROUP
Route de Riaz 92 - 1630 Bulle
T. +41 26 919 88 77
info@raboudgroup.com
www.raboudgroup.com

EXPERTISE



ECOBION
Rue du tunnel 15/17
1227 Carouge
T. +41 22 304 83 93
info@ecobion.ch
www.ecobion.ch



TRANS GOURMET/PRODEGA
Lochackerweg 5
3302 Moosseedorf
T. +41 31 858 48 48
info@transgourmet.ch
www.transgourmet.ch



ROTOR LIPS AG
Glütschbachstrasse 91
3661 Uetendorf
T. +41 33 346 70 70
info@rotorlips.ch
www.rotorlips.com

POISSON



LUCAS
Rue Blavignac 9-11 - 1227 Carouge
T. +41 22 309 40 40
contact@lucas.ch
www.lucas.ch



MASSIMO CERUTTI SA
Via Casate 17-19
6883 Novazzano
T. +41 91 640 70 00
info@caffe-cerutti.com
www.caffe-cerutti.com
Pour la Suisse Romande,
filiale à Renens Village

FOIE GRAS



ROUGIÉ
Euralis Gastronomie
Bld de l'Europe - 64230 Lescar
T. +33 5 59 77 60 77
pro.rougie.fr

CONCEPTS CULINAIRES



M-Industrie AG
Swiss Gastro Solutions
c/o Migros-Genossenschafts-Bund
Limmatstrasse 152
8005 Zürich
T. +41 58 570 92 92
www.swissgastro-solutions.ch

ROUVIERE

ROUVIERE SLICING SA
Z.I les Portettes
1312 Eclépens
T. +41 21 866 60 81
rouvierslicing@gmail.com
www.rouvierslicing.ch

TERROIR



MAISON DU TERROIR
Route de Soral 93 - 1233 Bernex
T. +41 22 388 71 55
www.geneveterroir.ch

PACKAGING



VAC-STAR AG
Rte de l'Industrie 7
CH-1786 Sugiez
T. +41 26 673 93 00
info@vac-star.com
www.shop.vac-star.com

MACHINES



HOFMANN SERVICETECHNIK AG
Gaswerkstrasse 33
4900 Langenthal
T. +41 62 923 43 63
info@hofmann-servicetechnik.ch
www.hofmann-servicetechnik.ch

FROMAGE



INTERPROFESSION DU GRUYÈRE
Place de la Gare 3
1663 Pringy
T. +41 26 921 84 10
interprofession@gruyere.com
www.gruyere.com



NEUCHÂTEL - VINS ET TERROIR
Route de l'Aurore 4
2053 Cernier
T. +41 32 889 42 16
nvt@ne.ch
www.neuchatel-vins-terroir.ch

EFFERVESCENT



CAVES MAULER
Le Prieuré St-Pierre
2112 Môtiers NE
T. +41 32 862 03 03
F. +41 32 862 03 04
mailbox@mauler.ch
www.mauler.ch

NOURRITURE



G. BIANCHI SA
Chemin du Glapin 2A
CH-1162 Saint-Prex
T. +41 21 823 29 29
www.bianchi.ch

FOURNISSEUR MACHINES À CAFÉ



SCHAERER SA
Allmendweg 8
4528 Zuchwil
T. +41 32 681 62 00
www.schaerer.com

HYGIÈNE



GRELLOR & CIE SA
Rue Baylon 8
1227 Carouge
T. +41 22 307 14 14
www.grellor.com

PRODUITS SURGELÉS



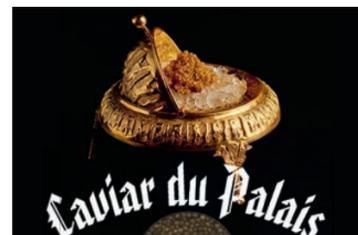
LOUIS DITZLER AG
Bäumlimattstrasse 20
CH-4313 Möhlin
T. +41 61 855 55 00
info@ditzler.ch
www.ditzler.ch

BIÈRE



BRAUEREI LOCHER AG
9050 Appenzell
T. +41 71 788 01 40
info@appenzellerbier.ch
www.appenzellerbier.ch

CAVIAR



PALAIS ORIENTAL
Quai E. Ansermet 6
1820 Montreux
T. +41 21 963 12 71
www.palaisoriental.ch

NOURRITURE



HÜGLI NÄHRMITTEL AG
Bleichstrasse 31
9323 Steinach
verkauf.ch@huegeli.com
www.huegeli-naehrmittel.ch

VIN



SWISS WINE PROMOTION SA
Belpstrasse 26 - 3007 Berne
T. +41 31 398 52 20
info@swisswine.ch
www.swisswine.ch

TRANSPORT



PETIT FORESTIER SUISSE SA
Route du Molliau 30 - CP 94
1131 TOLOCHENAZ
T. +41 21 804 10 60
www.petitforestier.com



KADI AG
Thunstettenstrasse 27
CH-4900 Langenthal
T. +41 62 916 05 00
info@kadi.ch
www.kadi.ch

BOULANGERIE



ROMER'S HAUSBÄCKEREI AG
Neubuchstrasse 1
Case postale
CH-8717 Benken SG
T. +41 55 293 36 36
info@romers.ch
www.romers.ch



VOTRE PRÉSENCE DANS NOTRE PAGE

Avec une annonce dans cette page, nous vous offrons une présence toute l'année. Voici nos excellentes conditions.
Pour 800.- frs HT, vous avez:
- 19 parutions dans LE CAFETIER
- une présence permanente dans notre page spéciale sur notre site www.lecafetier.net

CONTACTEZ-NOUS

Tél. 022 329 97 47

ou mail:

g.gindraux@lecafetier.net

Le Grand Maître des Terrines

Lorsqu'il était étudiant, Denis Grossrieder rêvait de devenir enseignant. Mais le destin en a décidé autrement. Aspiré dans l'univers de la cuisine, ce fils d'affineur et grossiste fromager dirige depuis quelques années, à Vuadens, dans le canton de Fribourg, une fabrique artisanale de terrines dont la réputation déborde largement les frontières de son coin de pays. Plus de cent cinquante commerçants et restaurateurs, romands et même alémaniques, se fournissent déjà « Chez Denis ». Et la liste s'allonge un peu plus, chaque année.

GEORGES POP

FRIBOURG

Volaille, tomates séchées et feta; Lapin fermier à l'asperule odorante; Caille fribourgeoise et vieille prune; Bœuf d'Hérens à l'abricotine AOP; Rillettes de Poulet rôti; Truites de Gruyère et Truites fumées, etc. Les terrines faites maison de Denis Grossrieder, saisonnières ou permanentes, sont toutes une irrésistible invitation au péché de gourmandise. Tout comme son Foie gras de canard à l'Armagnac ou son Confit d'oignons à la Malvoisie... Pour ne citer que quelques exemples de son alléchant catalogue.

UNE EXIGENCE DE QUALITÉ

Derrière la jovialité et le sourire de ce père de famille de 38 ans, amoureux de son terroir et passionné de saveurs, se cache une rare intransigeance sur la qualité des produits qu'il travaille. « Pour mes terrines, je me fournis exclusivement en produits régionaux. Je

▲ Denis Grossrieder a de quoi être fier de son succès. Plus de cent cinquante commerçants et restaurateurs, romands et même alémaniques, se fournissent déjà chez lui.

Photos: © Chez Denis

www.chez-denis.ch

connais tous mes fournisseurs dont j'ai visité les exploitations pour m'assurer de leurs méthodes de production. Seul le foie de canard, destiné à la production de mon foie gras, vient de France. Mais je ne travaille qu'avec des petits producteurs respectueux du bien-être de leurs animaux », explique-t-il.

L'histoire de Denis Grossrieder est celle d'un succès gourmand comme on en connaît peu. Après un CFC de cuisinier à l'Hôtel de Ville de Fribourg, il rejoint les fourneaux de la fameuse Pinte des Mossettes, à Cerniat, où il se familiarise avec les produits du terroir et les senteurs des plantes sauvages de sa région. Pour s'occuper pendant l'hiver, il réalise quelques foies gras et terrines « à la coupe » qu'il propose sur différents marchés. Séduits,



les clients affluent et la demande monte en flèche. Si bien qu'au mois d'août 2017, il décide de se mettre à son compte pour se consacrer entièrement à sa passion.

CHERCHER DE NOUVELLES SAVEURS

Aujourd'hui, la petite entreprise emploie deux collaborateurs auxquels un troisième vient parfois prêter main forte. Celui qui, jadis, pensait devenir enseignant ne cache pas son bonheur: « Ce travail me rend heureux. Dans mon laboratoire, c'est un réel plaisir et une grande motivation de travailler avec de nouveaux produits pour rechercher des saveurs originales ». Et lorsqu'on lui demande de nommer le produit de son cru qui a sa préférence, c'est sans aucune hésitation qu'il répond: « Celui que je n'ai pas encore inventé (rires)! »

AMBASSADEUR DU TERROIR

Café de la Place

AVEC TOUJOURS LE MÊME PANACHE, CRISTINA ET VINCENZO DE ROSA RÉGALENT LEURS CLIENTS AU CAFÉ DE LA PLACE À PLAN-LES-OUATES.

PAR ÉDOUARD AMOIEL

La restauration est souvent une affaire de couple. L'un en cuisine, l'autre en salle. Aux commandes du Café de la Place, un binôme complice charme les gourmands de passage depuis plus d'une dizaine d'années. Cristina accueille ses convives avec élégance et discrétion tandis que son époux Vincenzo fait virevolter ses casseroles derrière les fourneaux. C'est avec une passion intacte que le duo reprend du service en cette nouvelle année assombrie par une crise sanitaire stagnante.

Véritable institution gastronomique, le restaurant se situe dans un beau bâtiment datant de 1850. Avec le temps, sa façade extérieure méritait un rafraîchissement de même que la salle de restaurant entièrement rénovée en 2018. « Dans ce décor flambant neuf du sol au plafond, incluant le mobilier, nous avons toujours l'impression d'être dans un nouveau restaurant. Après ces deux années de COVID-19, nous reprenons du service, plus motivés que jamais » déclare le chef.

ROMANDIE FLATTEUSE

L'aventure du couple commence en 2007 à Plan-les-Ouates, commune du Canton de Genève proche de Carouge. Ancienne pharmacienne au contact facile, Cristina s'adapte aisément à son nouvel environnement professionnel. « Avant elle lisait des ordonnances médicales, maintenant elle me passe des ordonnances culinaires » plaisante son époux.

Côté fourneaux, Vincenzo ne déroge pas à la règle de qualité et de localité. Le terroir et les épices sont ses terrains de prédilection et font partie de ses plaisirs gastronomiques. Avec une carte saisonnière qui change au gré de ce que la nature lui offre, le cuisinier flatte la Romandie. En ce moment il propose un velouté de cardons (en provenance du Domaine des Bonnettes à Cartigny) accompagné de sa mousse à la tomme de Rougemont et quelques lamelles de truffes. La déclinaison de betteraves est quant à elle escortée d'une bavaroise de ricotta en provenance de Casa Mozzarella.

En plat, c'est une superbe poitrine de lard du Château du Crest à Jussy et sa carbonara de cardons qui séduiront les amateurs. Et pour ceux qui aiment l'exotisme, les raviolis de homard aux saveurs thaï les feront voyager vers de lointaines contrées. La carte des vins est un hymne viticole genevois. « Nous travaillons directement avec les vignerons que nous connaissons très bien. Il est de notre responsabilité de mettre en avant nos producteurs ».



L'association Broquet-Leuenberger ou l'histoire d'une union paysanne à succès

Née de la volonté de trois familles paysannes de rationaliser leur travail pour dynamiser leur production, l'Association Broquet-Leuenberger, à Movelier, dans le canton du Jura, est devenue, en un peu plus de 25 ans, une petite entreprise de référence dans le domaine de la production artisanale. Sa belle gamme de produits de la ferme fait le bonheur des gourmets fidèles au terroir, mais aussi celui de plusieurs restaurateurs de la région, attachés aux saveurs authentiques.

GEORGES POP

JURA

« Au début des années nonante nous connaissions à peine la famille Broquet. Quant à moi, je n'avais pas de domaine, contrairement à mon grand frère Hubert et à Gaston Broquet avec lesquels je suis maintenant associé, ainsi qu'avec leurs épouses. J'avais une formation d'agriculteur, mais ma femme et moi travaillions dans le domaine du tourisme hippomobile. Devant les changements qui ont touché le monde paysan, ces années-là, nous avons décidé de travailler ensemble », explique Mario Leuenberger, aujourd'hui âgé de 51 ans.



▲ Depuis 1995, les familles Leuenberger et Broquet travaillent de concert, dans la bonne humeur.

▲► Une vaste gamme de produits de la ferme.

► Le domaine de l'Association Broquet-Leuenberger est situé à 700 mètres d'altitude, dans le village Movelier, sur le haut plateau jurassien.

Photos: © broquet-leuenberger.ch

www.broquet-leuenberger.ch

UNE FROMAGERIE, UNE BOULANGERIE ET UNE BOUTIQUE

La première étape consista à fusionner les deux domaines, de regrouper les terres, les bêtes et le matériel, sous le statut d'une société simple, répartie en trois parts égales, après quelques équilibrages financiers. C'est ainsi qu'au début de l'année 1995, l'Association vit le jour dans le but de faire vivre six adultes et leurs enfants. La dynamique était lancée: deux ans plus tard, la petite entreprise se dotait d'une fromagerie, d'un laboratoire de boulangerie, ainsi que d'un espace d'emballage et de vente directe. Et tout ce petit monde se mit au travail, sans compter ses heures, pour faire tourner « la boutique ».

UNE GRANDE GAMME DE PRODUITS

Les débuts, exigeants en investissements et en huile de coude, ne furent certes pas faciles, mais aujourd'hui le succès est là! Riche de ses forêts, de ses pâturages, de ses vergers, de ses bovins, caprins, porcins et de ses volailles, l'association propose désormais, dans son magasin et sa boutique en ligne, une trentaine de produits de la ferme dont plusieurs sont estampillés « Spécialité du Canton du Jura »: fromages de lait de vache ou



de chèvre, produits carnés, sirops, confitures et gelées, pains et tresses au feu de bois, sucreries, eaux-de-vie, etc. Bon nombre de ces produits sont d'ailleurs pris en charge par le distributeur de produits régionaux Fromajoie SA à Alle. On en trouve ainsi sur certains étals de Bâle, Neuchâtel ou même Lausanne.

Devenu une véritable attraction touristique, le domaine voit passer passablement des visiteurs, curieux de découvrir ses activités. Des classe d'école y viennent aussi régulièrement pour montrer aux enfants les animaux de la ferme, la transformation du lait ou la production du pain au feu de bois. Une vraie « success story » paysanne? « Ça ne se passe pas trop mal! », reconnaît modestement Mario Leuenberger.

La petite histoire des aliments

Spécialité charcutière qui fleure bon le soleil d'Italie, le salami a, depuis des temps immémoriaux, été fabriqué à partir de morceaux de porc salés, séchés à l'air, dans un boyau. Il est de nos jours préparé de multiples façons, assaisonné d'épices et de fines herbes, et fabriqué dans la plupart des pays européens, dont la Suisse, en Argentine, pays de forte immigration italienne, ainsi qu'en République dominicaine, dans la région des Caraïbes.

C'est en Italie, pays dont on admet généralement qu'il est originaire, que le salami a reçu ses lettres de noblesse. Son nom est d'ailleurs issu de « salame », un mot italien dérivé du verbe « salare » qui veut dire « saler ». Les Italiens affirment que le salami existait déjà au temps des Romains, sous la forme d'une simple saucisse de porc salé. Mais son origine fait de nos jours l'objet d'une controverse, l'Allemagne en revendiquant aussi son invention.

La théorie d'un boucher allemand

En 2009, un boucher germanique, versé dans l'histoire de l'alimentation, a soulevé l'enthousiasme de la presse allemande, en affirmant mordicus que le salami était né jadis dans le Mecklembourg actuel, près de la

frontière avec la Pologne. Selon lui, ce sont les Lombards, peuple germanique venu de la Baltique, qui en seraient les inventeurs. Ils en auraient emporté la recette au VI^e siècle, lorsqu'ils envahirent le nord de l'Italie où ils ont fondé la Lombardie. L'historien-boucher a d'ailleurs créé une nouvelle saucisse, baptisée « Urmecklenburger » (Mecklenburger des origines), dont le goût, affirme-t-il, est proche du salami des origines.

Parmi les salamis italiens les plus réputés, figure le salami délicatement épicé de Milan, capitale de la Lombardie, dont les origines remontent au XIV^e siècle. Les Milanais le consomment en tranches très fines avec des petits pains soufflés appelés « michetta ». Les salamis de Toscane, produits à base de jambon, épicé de grains de poivre moulus et entiers, ou aromatisés aux graines de fenouil, sont eux aussi très appréciés, tout comme le salami de Gênes réputé pour son piquant.

Bananes plantains et salami frit

Certains gourmets prétendent que c'est la République dominicaine qui produit les meilleurs salamis du monde. Ce petit pays caribéens, situé sur l'île d'Hispaniola, qu'il partage avec Haïti, compte plus d'une dizaine de variétés de salamis dont certaines contiennent de l'orange amère. Le salami y est tellement populaire, qu'il y est même consommé au réveil. Le « Mangú con Los Tres Golpes » (banane aux trois coups) est un petit-déjeuner dominicain traditionnel qui comprend des bananes plantains bouillies, du fromage frit, du salami frit et des œufs au plat. De quoi bien commencer la journée...



À fond les légumes racines

Les légumes racines sont riches en minéraux, en vitamines, en micronutriments essentiels et sont hydratants. Ils contiennent beaucoup d'antioxydants et de fibres. Ils sont faciles à digérer sans être trop caloriques. Cultivés localement, ils peuvent se muer en mets gastronomiques avec un peu d'imagination. Petit tour d'horizon des principales variétés proposées sur tous les bons étals.

MANUELLA MAGNIN



LE CROSNE

Ce petit rhizome est originaire de Chine. Introduit très tôt au Japon, il fait son apparition en France à la fin du 19e siècle. On doit son nom à la commune de Crosne dans l'Essonne où des maraîchers se mettent à le cultiver. C'est un légume subtil à la saveur de noisette, d'artichaut et de salsifis. Il se consomme cuit, sauté à la poêle ou étuvé dans du beurre. Il est aussi délicieux en pickle au vinaigre.

Photo: © Adobe Stock



LE PANAIS

De couleur blanche, voire jaunâtre, il mesure entre 15 et 30 centimètres de long et affiche une odeur douce et sucrée. Le panais se consomme cru en salade ou cuit en potage, en purée, en frites, en gratin, en chips... Il se cuisine comme la carotte et la pomme de terre. Son temps de cuisson est toutefois plus rapide.

Photo: © Adobe Stock



LE TOPINAMBOUR

Connu également sous le nom d'artichaut de Jérusalem, le topinambour est originaire d'Amérique du Nord. Emblématique du rationnement durant la Seconde Guerre mondiale, il a failli disparaître de nos tables en raison de sa réputation de « patate du pauvre ». Sa chair croquante et sucrée évoque à la fois la pomme de terre et l'artichaut. Le topinambour peut être cuisiné de multiples façons : à l'eau, à la vapeur, rôti... en purée, en tajine.

Photo: © Adobe Stock



LE CERFEUIL TUBÉREUX

Il ressemble à une petite toupie de couleur brun clair. Sa chair blanche est douce et sucrée, et son goût nous rappelle celui de la châtaigne. Épluché puis lavé, il peut tout aussi bien être apprêté en salade ou transformé en purée, en soupe, en gratins, en frites, en tempura. Attention à ne pas trop le cuire. Il deviendrait farineux.

Photo: © Sedrik Nemeth



LE SALSIFIS

Le salsifis à peau jaune possède une saveur douce et sucrée comparable à celle de l'asperge ou de l'artichaut. Une fois les salsifis épluchés avec des gants, il convient de les rincer et de les faire blanchir. On peut consommer le salsifis froid, accompagné d'une vinaigrette ou le cuisiner, en gratins, au wok, en soupes ou en ragoûts.

Photo: © Adobe Stock



LA RECETTE

Filet de veau aux crosnes

Pour 4 personnes
Préparation: 25 minutes
Cuisson: 25 minutes

Pour la viande et le beurre aux champignons

- 4 médaillons de veau de 130 g
- 60 g de beurre
- 1 c.s. de champignons séchés en poudre
- 2 c.s. d'huile d'olive
- Sel, poivre

Pour les crosnes

- 800 g de crosnes
- 4 c.s. de gros sel
- 2 c.s. d'huile d'olive
- 1 noix de beurre

- 1 gousse d'ail pressée
- 2 c.s. de persil ciselé
- Sel, poivre

1. Commencer par préparer le beurre aux champignons. Mélanger le beurre mou avec les champignons séchés et ½ c.c. de sel.
2. Former un boudin dans du papier sulfurisé et faire durcir 30 minutes au congélateur.
3. Laver les crosnes. Les sécher et les répartir dans un linge de cuisine propre avec le gros sel. Bien frotter les crosnes dans le linge. Rincer et faire cuire 10 minutes à l'eau bouillante salée. Égoutter.

4. Faire chauffer l'huile et le beurre dans une poêle. Y faire revenir les crosnes. Ajouter l'ail et le persil. Bien mélanger et réserver dans le four préchauffé à 80 °C, le temps de cuire la viande.
5. Saisir la viande dans une poêle bien chaude avec l'huile d'olive. Compter 5 minutes sur chaque face. Saler, poivrer.
6. Ajouter un peu de beurre aux champignons sur chaque tranche de viande au moment de servir avec les crosnes.

Malgré la pandémie, Palexpo entrevoit un avenir radieux

Pour les restaurateurs et hôteliers de Genève, les activités qui se déroulent dans les immenses halles jouxtant l'aéroport sont importantes. Elles sont susceptibles de générer des affaires dans tout le canton. Dès mars 2020, avec l'annulation du salon de l'auto (Geneva International Motor Show), le centre international d'exposition et de congrès de Genève a subi la crise de plein fouet. Mais ses halles ne sont pas restées vides pour autant. Directeur d'exploitation de Palexpo, Gilles Marmy fait le point et appréhende l'avenir avec optimisme. Interview.

PROPOS RECUEILLIS PAR MANUELLA MAGNIN

GENÈVE

L'ANNULATION DU SALON DE L'AUTO EN 2020 A ÉTÉ UN CATACLYSME POUR GENÈVE. COMMENT L'AVEZ-VOUS VÉCU?

Gilles Marmy: Nous étions prêts pour ce grand événement. Les commandes avaient été passées pour nos services de restauration. Dès l'annonce de l'annulation, nous avons dû tout démonter. Aujourd'hui, si nous sommes déficitaires sur les deux derniers exercices, nous demeurons un acteur avec une assise solide. Nous avons traversé le désert en faisant le dos rond. Nous n'avons heureusement pas dû licencier même si nous avons dû recourir aux RHT pour bon nombre de nos 200 collaboratrices et collaborateurs. Des collaboratrices et collaborateurs très précieux, qui exercent 55 métiers différents, très spécifiques à notre activité.

QUE S'EST-IL PASSÉ DANS LES HALLES DEPUIS 2020?

G. M.: Nous avons poursuivi notre mission au service de l'État et de la communauté en accueillant par exemple les gardes-frontières, la protection civile, la Fondation Partage, et les différents corps de police lors du sommet Biden-Poutine. Plusieurs activités se sont déroulées également fin 2021 comme les Automnales et le Concours Hippique International de Genève, la rentrée des entreprises et des congrès médicaux mais également de nombreux salons internationaux tels que INDEX, Vitafood ou Gem Genève par exemple.

QUEL A ÉTÉ LE SUCCÈS POUR LES AUTOMNALES ET LE CONCOURS HIPPIQUE. LES VISITEURS ÉTAIENT-ILS AU RENDEZ-VOUS?

G. M.: Malgré une fréquentation moins importante en raison des normes sanitaires et des craintes de certains, nous avons pu constater avec les Automnales que les gens ont besoin de se retrouver, de déambuler dans les allées, de manger une fondue, d'acheter des petits cadeaux pour Noël. Ils se sentent à l'aise et en sécurité chez nous. Avec 25 m sous plafond, nous possédons les halles d'exposition les plus hautes d'Europe. Le volume est tel qu'il est bien moins dangereux de s'y promener que dans une gare. Quant au concours hippique, il a véhiculé énormément d'émotions.

VOUS PARLEZ D'ÉMOTION DU PUBLIC. EST-ELLE PLUS PALPABLE QUE PAR LE PASSÉ?

G. M.: Le concours hippique était très émotionnel. La liesse du public était sans commune mesure avec les années précédentes. On sentait une réelle vibration. Palexpo a tremblé comme quand Servette gagne. Cet événement a conforté mon optimisme. Nous sommes des



▲ Gilles Marmy.
Photo: @Pierre Alboury

► Palexpo Geneva.
Photo: © David Gagnebin-de Bons et Benoît Pointet

animaux sociaux. Nous avons besoin de nous retrouver, de vivre ensemble. Exactement comme le Néandertal qui avait besoin de danser autour du feu.

COMMENT VOYEZ-VOUS L'AVENIR DES SALONS À GENÈVE?

G. M.: Encore une fois avec beaucoup d'optimisme. Notre métier va peut-être changer. Vraisemblablement on se dirige vers plus de petits salons régionaux que vers des grands rendez-vous internationaux. Avec les tensions géopolitiques, l'Europe va se réindustrialiser. Les salons sont une vitrine. Ils sont en train d'évoluer pour certains vers une hybridation, avec une partie de visiteurs physiques et une partie en virtuel. Cela ne nous inquiète pas. Les exposants nous disent que même s'il y a moins de visiteurs, les affaires sont excellentes.

QUELS SONT LES PROCHAINS GRANDS RENDEZ-VOUS?

G. M.: Notre marché est très porteur le printemps, notamment avec le salon de l'art, artgenève. Suivront



NOUS AVONS BESOIN DE NOUS RETROUVER, DE VIVRE ENSEMBLE. EXACTEMENT COMME LE NÉANDERTAL QUI AVAIT BESOIN DE DANSER AUTOUR DU FEU.



Watches and Wonders Geneva, qui valide le rôle de Genève comme épicerie mondiale de la haute horlogerie, et VITAFOODS EUROPE 2022 puis Ebace et EPHJ. Le salon du livre aura lieu à nouveau en ville mi-mai et le Salon des Inventions se fera à nouveau en ligne. Ces salons sont des rendez-vous très importants pour les professionnels. Toute une série d'autres salons sont également à l'agenda.

QUID DU FAMEUX SALON DE L'AUTO?

G. M.: Il n'a pas lieu cette année, mais je suis convaincu qu'il reviendra. La mobilité évolue fortement. Au-delà des belles carrosseries, le public et les professionnels ont un réel besoin de faire le point sur les évolutions technologiques.

