



Dans
ce numéro

d'HÔTELLERIE GASTRONOMIE HEBDO

N° 3

Page

ATRIUM

II LES POP UP RESTAURANTS ONT LA COTE
Genève, Lausanne, Zurich et d'autres: on ne compte plus les villes sous le charme de ces restaurants éphémères

ACTUEL

III LE NON-FILTRÉ FAIT RECETTE
Avec les premiers flocons, les premiers flacons de chasselas non-filtré ont vu le jour, perpétuant une tradition typiquement neuchâteloise

À LA UNE

IV-V LES MINUTERIES DU BOCUSE D'OR
La bataille pour le plus prestigieux concours culinaire international est d'abord une course contre la montre

PUBLI-REPORTAGE

VI POUR UN CAFÉ RESPONSABLE
Mondelez International est le premier acheteur de café durable en provenance des fermes avec le label Rainforest Alliance Certified

HOTEL & GASTRO UNION

VIII LA FBK EN PLATEFORME DE LA BRANCHE
Fin janvier, la foire spécialisée en matériel de boulangerie, pâtisserie et confiserie a multiplié les événements et favorisé les échanges

TENDANCES

IX LES 50 ANS DE PROSPER MONTAGNÉ
Le réseau de gastronomes et de professionnels met les petits plats dans les grands pour fêter son demi-siècle d'existence

MOSAÏQUE

X LE PATIO MARIE BŒUF ET HOMARD
Le concept imaginé par Philippe Chevrier est décliné au quotidien par Gilles Granziero dans le cadre du restaurant Le Patio à Genève

CAHIER ALLEMAND

2 THE ST. MORITZ GOURMET FESTIVAL
WAS VERY BRITISH
Neun Gastköche aus Grossbritannien kochten für rund 4.000 Besucher

5 IGEHO 2015
Messeleiterin Dominique Dresel erwartet im 50. Jubiläumsjahr 76.000 Besucher

5 SWISS-SKILLS-SIEGERIN
Tanja Huwiler ist erste Schweizer Meisterin im Bereich Hotellerie-Hauswirtschaft

6 FRAUENPOWER AN DER FBK
Nur Siegerinnen in Bern

8 NEUHEITEN IM SCHAUFENSTER

10 KATZEN-CAFÉS
Bald sollen die beliebten Vierbeiner auch in der Schweiz Cafégäste erfreuen

11 SERIE «WENDEPUNKTE»
Die Ustria Steila spricht viele Interessen an

13 DIPLOM-SOMMELIER
Im März beginnt der erste Lehrgang

14 NOBU
Der japanische Starkoch betreibt 37 Lokale

15 SERVICE
Referenzauskünfte

16 FACHTAGUNG GEMEINSCHAFTS-
GASTRONOMIE
Am 27. März werden zukunftsweisende Entwicklungen thematisiert und erarbeitet



BPM.CH / NICK LOBECK

La convivialité welsche selon Zurich: tout un programme... gourmand.

Des Pop-Up très rock and roll déferlent sur la Suisse

Welschanschauung, autrement dit le monde selon les Welsches. C'est l'invitation en forme de clin d'œil qu'un trio de Foodies lance ces jours à Zurich. Trois soirées *multi-kulti* et conviviales visant à faire connaître Outre-Sarine les produits phares de Suisse romande, trois Pop-Up Restaurants qui vont squatter une école d'art du 26 au 28 février. L'idée est née de la rencontre de deux activistes de Slow Food, Laura Schälchli et Alessandra Roversi, sur les bancs de l'Université de Pollenzo: «Nous sélectionnons les produits les plus originaux pour les faire connaître par-delà le *Röstigraben*, explique Alessandra: le toetché jurassien, le papet vaudois ou le chantzet du Pays d'Enhaut, les vins, bien sûr, ou les spécialités de la Bénéichon.» Des produits revisités et réinterprétés par un troisième larron, Valentin Diem, cuisinier autodidacte plus connu sous le pseudo de Vale Fritz. La proposition sera ensuite déclinée dans l'autre sens – soit la table alémanique expliquée aux Romands ce printemps, à Genève ou Lausanne.

Le trio s'est lancé avec bonheur dans la frénésie créatrice des restaurants éphémères dès 2010, à l'heure où ceux-ci commençaient à déferler sur l'Europe. Vous aviez raté les premières saisons du phénomène Pop Up? On vous les résume vite fait. *Pop up?* Littéralement surgir. Après la mode et ses boutiques éphémères, la cuisine s'est emparée de l'idée. Une éclosion soudaine, une ouverture impromptue, un surgissement dans les lieux les plus insolites: friches industrielles, bureaux, garages et entrepôts, festivals, toits urbains ou lofts de Manhattan... L'Amérique du Nord mais aussi le Nord de l'Europe, singulièrement la Finlande, d'où est issu le Restaurant Day en 2011, qui ritualise désormais le concept quatre fois par an, aux fins de «libérer la cuisine et la faire descendre dans la rue». Il s'est étendu à une quarantaine de pays, Suisse comprise. A Lausanne, dans le cadre de la Semaine du goût, où il a pris d'assaut la flèche

de la cathédrale ou les vertiges du Grand-Pont. De Fleurier à Montreux et Genève, où le collectif itinérant Feelthefood s'associe depuis 2005 à des artistes pour concocter des performances improbables, délirantes ou géniales: soirées *électroniques*, tête-à-tête collectif autour de la fraise et du champagne, du goût de la mort ou de la St-Martin voire sur le thème du SM.

A Genève, les funky brunches imaginés par deux copines en 2013 avec DJ et animations violentent entre un hôtel et un lieu tenu secret jusqu'au dernier moment avec un succès grandissant. A Neuchâtel, la joyeuse bande des Potes and Rollmops crée des événements sur mesure. «Ces soirées essaient via les réseaux sociaux sur le modèle des food trucks, note Alessandra Roversi. On se fait connaître par le bouche à oreille puis par tous ces canaux alternatifs», avec l'envie de créer la surprise. «Il s'agit d'abord de raconter une histoire avec le goût pour médium, explique Yann Kerloch, l'âme

du collectif Feelthefood. La structure d'un restaurant est trop contraignante pour permettre l'éclosion de nos projets. Nous évoluons selon le thème choisi, avec des partenaires différents, à chaque fois dans d'autres lieux: grotte, usine désaffectée, jardin botanique, centre d'art ou festivals.»

Un phénomène souterrain, cousin rebelle des tables d'hôtes, aux marges de la légalité parfois, des allures nomades et la créativité collée aux basques. Les chefs les plus hype n'ont pas manqué de rallier la fête: on a vu ainsi René Redzepi (Noma, Copenhague) s'envoler avec sa brigade de cinquante personnes pour cuisiner au Mandarin Oriental de Tokyo. Un exemple certes moins spontané, qui a toutefois en commun cette notion clé du manger aujourd'hui: vivre une «expérience» hors normes, qui transcende le quotidien.

Véronique Zbinden

Inscriptions aux dîners Welschanschauung sur
www.valefritz.ch & www.sobre-mesa.com

+ REVUE DE
PRESSE

McDo fait parler de lui

Il y a eu l'annonce la semaine dernière du départ de Don Thompson, pdg du groupe McDonald's, «dans l'espoir de relancer les ventes en panne sèche alors qu'il (le groupe) fait face notamment à la rude concurrence de ses riveaux aux Etats-Unis, son principal marché». En chiffres, cela se traduit par une fréquentation de ses restaurants de 3,6% dans le monde. Ajouté à cela que «McDonald's a également été plombé par des problèmes d'ordre sanitaire en Asie ou par certains facteurs géopolitiques (Europe, notamment en Russie)», comme le rapporte le gratuit. Autant de mauvaises nouvelles pour le groupe de restauration rapide, quelque peu diluées dans «la sauce secrète» que McDonald's Australie a placé aux enchères sur le site ebay. C'est ainsi que «la sauce spéciale du fameux BigMac» atteignait le 2 février, soit à huit jours de la fin des enchères, la somme de 23'000 dollars australiens (15'800 euros). Un prix promis à hausse, pour une société en baisse.

[24]heures

Le luxe fait grise mine

«Les plaquettes présentant les résidences de grand luxe font rêver à coups d'illustrations alléchantes. Ou elles agacent, car les simples citoyens peinent à trouver un logement normal sur les bords du Léman...» Et cela à des prix mirobolants, cela va de soi. Or cette flambée semble quelque peu éteinte, en témoigne le cas des Résidences du Parc, au Mont-Pélerin (VD). Même si pour le quotidien vaudois «il est difficile d'évaluer la situation réelle» et qu'en 2012, selon le promoteur genevois Swiss Development Group, «plus de 70% des 21 appartements avaient trouvé preneur» (...), «aujourd'hui le Registre foncier indique une autre réalité». Cette réalité? «Seuls cinq noms de propriétaires, dont quatre à consonance russe, y figurent.» Même réalité pour le projet Les Voiles du Léman à Pully où les cinq appartements ayant trouvé preneur en 2013, se réduisent à trois en 2015 selon le Registre foncier.

LE CHIFFRE

15^e

Tel est l'excellent rang atteint par Benoît Violier, chef de l'Hôtel de Ville à Crissier, au classement mondial des restaurants. Un classement publié dans le magazine français Le Chef qui a fait voter les 512 chefs deux et trois étoiles Michelin dans le monde entier. Trio de tête: Pierre Gagnaire, Paul Bocuse, Joan Roca.

Chasselas non-filtré neuchâtelois: premiers flocons, premiers flacons

1^{er} millésime de non-filtré pour la nouvelle directrice de l'OVPT, Violaine Biétry-de Montmollin, presque contemporaine de la spécialité et comme elle native d'Auvergnier.

Rien de plus élémentaire, particules comprises, qu'un vin non filtré: c'était la règle des siècles durant, avant que la technologie s'en mêle, pour les blancs surtout et pour les rouges un peu moins. Et c'est en hiver 1975 que la mode a été relancée, chez un encaveur d'Auvergnier. 300 bouteilles refilees quasi sous le manteau. Et aujourd'hui, 140'000 bouteilles, soit 10% du chasselas de Neuchâtel, écoulées à 80% sur place, pour 10% en Suisse romande et 10% en Suisse alémanique. «La folle fraîcheur du non-filtré attire la folle jeunesse, une clientèle pas forcément friande de chasselas neuchâtelois», constate Violaine Biétry-de Montmollin.

Fille de vigneron, mais économiste de formation, elle a même tenté de vendre des vins suisses à New York, il y a dix ans... et y est parvenue. Engagée politiquement, elle a aussi été au service de l'Etat de Neuchâtel. Grâce à une subvention du canton, et au fond viticole, devenu depuis peu agricole, l'Office des vins et des produits du terroir n'est plus sous tutelle de l'administration, mais bénéficie d'un «mandat de prestations» pour une enveloppe d'un demi-million de francs par an. Violaine Biétry-de Montmollin va se concentrer sur trois axes vinicoles, en trois couleurs, blanc, pour le non filtré, rose, pour l'œil-de-perdrix et rouge pour le pinot noir. Trois vins qui font de Neuchâtel un canton «petit en surface, mais grand en qualité». Et la directrice de l'OVPT verrait bien une «appellation d'origine protégée» (AOP) pour le non-filtré, tout en soulignant que la moitié du pinot noir est transformé en œil-de-perdrix.

Ses 40 ans, le non filtré les a célébrés chez une octogénaire, les Caves de la Béroche, un des trente encavages neuchâtelois parmi les cinquante qui en proposent. Sur l'aile sud-ouest du canton de Neuchâtel, de la frontière vaudoise à Bevaix, il n'y a que trois encavages, dont la coopérative, rappelle Caleb Grob, son directeur depuis 7 ans. Avec une centaine de sociétaires, dont 39 producteurs qui cultivent 53 hectares de vignes, elle transforme et met en valeur 350 tonnes de raisin. En 2013, elle a moins souffert de la grêle que le reste du canton (pour une récolte représentant 60% d'un millésime) et, en 2014, elle a été épargnée par le fameux drosophile suzukii, qui lui a coûté 10% de production, surtout sur des rouges précoces (comme le garanoir).

Des ventes concentrées au printemps

L'œnologue de la cave, Michaël Loubry, en poste depuis cinq ans, vinifie aussi les raisins d'un des plus grands domaines «bio bourgeon» de Suisse, Les Coccinelles. Les caves de La Béroche commercialisent deux gammes, une «classique» et une «bio», une double voie qu'on retrouve dans le non-filtré.



DR

Une bouteille de chasselas neuchâtelois sur dix est vendue en qualité «non filtré».

L'œnologue assure avoir utilisé les mêmes levures pour les deux cuves: les 1'000 bouteilles du non filtré des Coccinelles exhalent un parfum exotique exubérant, avec des notes de pamplemousse rose, tandis que les 5'000 bouteilles de «classique» offrent davantage de gras, avec des arômes frais, citronnés, et une note d'amertume finale, qui souligne la minéralité du vin.

A ce stade précoce de mise en vente, rituellement et légalement dès le 3^e mercredi de janvier, le trouble est bien là, avant que les levures en flocons se déposent au fond du flacon... «On tient notre non filtré toute l'année, même si l'essentiel se vend de janvier à mars», commente Caleb Grob, «et le vin poursuit son élevage sur lies en bouteille.» La coopérative, depuis sept ans, confie à un de ses clients le dessin de l'étiquette de la cuvée «classique», avec une entorse pour le 2014, qui reprend le label original de 1935 et son côté rétro. Outre un curieux assemblage Nord-Sud, de 50% de pinot en cuve et de 50% de merlot en barriques, de la Cave tessinoise de Giubiasco, tiré à 600 bouteilles en 2012 – et qui sera reconduit avec le 2013 –, et un assemblage rouge bio Cuvée Scarlet, des Coccinelles, fait en 2013 de mara, garanoir et de divico, la cave propose sous l'étiquette Hôpital de la Béroche, un pinot noir en levures indigènes, sans collage et sans filtration. Mais attention, pas «non filtré», une précision qui, selon un décret du Conseil d'Etat neuchâtelois, est réservé exclusivement au chasselas.

Pierre Thomas

Club Med Suisse baisse ses prix

La baisse relative de l'euro par rapport au franc suisse induite par la décision de la BNS de supprimer le taux plancher de conversion fait autant d'heureux que de mécontents. Dans la première catégorie, les clients de Club Med Suisse: la chaîne annonce reporter le nouveau taux de change moyen au bénéfice de ses vacanciers. Les réservations déjà effectuées pour des séjours prévus entre le 1^{er} mars et le 31 octobre 2015 en bénéficieront. Cette baisse peut aller jusqu'à 15% selon la date de départ et les éventuels tarifs préférentiels en vigueur lors de la réservation. Les nouvelles réservations en bénéficieront également, avec des tarifs revus à la baisse. Ces réductions seront appliquées au moment du paiement du solde de chaque dossier, sous réserve de stabilisation du taux de change actuel. Les clients dont les séjours sont prévus entre le 1^{er} mars et le 31 octobre 2015 peuvent contacter leur agence, précise Fabio Calo, directeur de Club Med Suisse. «Toutes nos équipes sont mobilisées pour garantir l'entière satisfaction de nos clients. Notre agilité nous permet de réagir et d'offrir à nos «gentils membres» le meilleur du marché.» (blg)

Forfaits baseling au Mandarin Oriental

Le baseling, c'est le fait de visiter la foire d'art contemporain de Bâle – ou l'une de ses franchises. Un néologisme anglais entré dans le vocabulaire des amateurs d'art, et celui des hôtels qui les accueillent. C'est ainsi que le spa du Mandarin Oriental de Hong Kong propose à ses hôtes un traitement *Revive after baseling* durant toute la durée du salon, du 15 au 17 mars prochain. De fait, pour la troisième année consécutive, le prestigieux établissement dirigé par le Suisse Jonas Schürmann a été désigné hôtel officiel d'Art Basel Hong Kong, un choix logique au vu du pourcentage important de Suisses parmi la clientèle. Parmi les offres spéciales concoctées par le M.O., un package séjour et entrée illimitée au salon (233 galeries du monde entier et les œuvres de plus de 3000 artistes), événements spéciaux et *collector's lounge* inclus, mais également des menus spéciaux dans trois des dix restaurants de l'hôtel. Dont un menu créé pour l'occasion par Pierre Gagnaire pour son restaurant *Pierre*, situé au 25^e étage de l'hôtel et doté de deux étoiles Michelin; le chef français sera même présent en son pied-à-terre hongkongais durant le salon. (blg)

Année record pour les Bains de Saillon

Quelque cinq ans après leur rachat par le Groupe BOAS, les Bains de Saillon affichent pour 2014 leur meilleurs résultats à ce jour en terme d'entrées: 470'000 visiteurs ont ainsi barboté l'an dernier dans l'eau chaude de la Salenteze, soit une augmentation de plus de 35% par rapport à 2008, année de l'acquisition du complexe par le groupe auparavant spécialisé dans le domaine médico-social. Les années qui ont suivi ont vu les Bains de Saillon augmenter leur offre, à la fois qualitativement et quantitativement, avec la construction des Mayens du bien-être et celle de toboggans et d'une rivière en circuit fermé. Des chiffres qui pourraient encore grimper avec l'ouverture prévue pour 2016 d'un nouvel hôtel 4 étoiles supérieur à Saillon. Autre motif de se réjouir pour BOAS, un processus de certification qualitative ISO 9001 mené avec succès sur l'ensemble de ses établissements: tous les EMS du groupe ont ainsi reçu le label Healthmark, et sept des neuf hôtels du groupe ont obtenu la plus haute reconnaissance qualité QQQ décernée par la Fédération suisse du tourisme (le Lake Geneva et le Discovery sont en cours de certification). (blg)

Bien-être des animaux sans frontière.

FREDAG

cook fine - win time



Fredag propose maintenant divers produits à base de poulet, comme par exemple ses chicken nuggets, escalopes de poulet ou Cordon Bleu de poulet, issus de volailles élevées dans des conditions de stabulation particulièrement respectueuses des animaux. Le label rouge BTS vous garantit un total respect des lois suisses les plus strictes en matière de protection animale ainsi que des directives nationales en vigueur.

La viande de volaille contenue dans nos produits hautement qualitatifs est issue d'entreprises allemandes qualifiées, qui s'engagent activement pour le bien-être des animaux et font l'objet de contrôles réguliers de la part de la PSA – Protection Suisse des Animaux. Le bien-être des animaux est une question qui dépasse les simples limites de nos frontières. Plus d'informations sur fr.fredag.ch

