

JAA
CH-1205 Genève
POSTE CH SA

LE JOURNAL DES RESTAURATEURS
ET HÔTELIERS ROMANDS

N° 14
18 septembre 2026

Le Cafetier

RÉDACTION : AVENUE HENRI-DUNANT 11 - 1205 GENÈVE - TÉL. 022 329 97 47

lecafetier.net

ÉDITO

G7: l'addition est historique pour les restaurateurs

PAGE 2

GENÈVE

L'enjeu des indemnités du G7, interview d'Ana Roch

PAGE 3



VALAIS

Vincent Baud, directeur adjoint de l'Interprofession de la vigne et du vin

PAGE 4



RUBRIQUE

Le baromètre du secteur: Alors, ça va?

PAGE 7

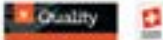
Et si nos tables devenaient une raison de venir à Genève?

Longues vacances, fortes chaleurs, clientèle locale moins présente: l'été reste une période particulière pour les restaurateurs genevois. À l'heure de la rentrée, une question mérite pourtant d'être posée: comment transformer une clientèle touristique de passage en véritable clientèle de destination?

PAGES 10 ET 11

© Image générée par IA via Frefly

-25%
160 g
0.89
au lieu de 1.20



N° d'art. 073335
Quality
Saucisse à rôtir Gastro
10 x 160 g

ACTION
kg
1.17



N° d'art. 045880
Oignons gros
10 kg net

ACTION
1 l
4.95



N° d'art. 024320
Quality
Crème entière 35%
UHT
12 x 1 l

21.9-26.9.2026

Vous trouverez d'autres offres sous: prodega.ch



PRODEGA

Édito

G7 À GENÈVE : L'ADDITION EST HISTORIQUE POUR LES RESTAURATEURS

Au sein du tissu économique genevois, ce sont sans doute les cafetiers et les restaurateurs qui ont bu la tasse de la manière la plus brutale. Le sondage mené par la Société des cafetiers, restaurateurs et hôteliers de Genève (SCRHG), section genevoise de GastroSuisse, auprès de ses membres révèle l'ampleur d'un désastre financier que les autorités feignent d'ignorer.

Sur la période concernée, soit une semaine, le secteur de la restauration a vu une chute de 49,2% du chiffre d'affaires : près de 9 établissements sur 10 ont vu leur fréquentation s'effondrer de moitié. Dans le quartier des Nations, déserté par les fonctionnaires internationaux, le manque à gagner a même atteint 60% à 80% pour certaines enseignes.

Pour être plus précis, on parle de 18 615 francs de perte moyenne par établissement : C'est le montant net évaporé des caisses de chaque restaurant en moins d'une semaine, en raison de la paralysie des transports et de la psychose générale.

Le piège du télétravail s'est aussi refermé sur le secteur, en recommandant massivement le télétravail aux pendulaires et aux employés de la fonction publique, le Conseil d'État a vidé les restaurants au moment le plus rentable de l'année. Les midis professionnels se sont transformés en journées mortes.

Enfin, comment comprendre la double peine des palissades ? En plus de ne pouvoir accueillir de la clientèle, les restaurateurs ont dû payer de leur poche la sécurisation préventive de leurs vitrines pour une moyenne de 8 043 francs. Avec en plus des pouvoirs publics qui se sont, eux, barricadés aux frais du contribuable dans des secteurs qui n'étaient pas considérés à risque. Le tout pour un coût total de 400 000 francs comme on l'apprend dans la Question Urgente Ecrite (QUE 2391) du Député MCG Christian Flury.

À ce propos, il convient de mentionner le cas de la Ville de Genève, qui imposait aux commerces désireux d'installer des palissades de protection pendant le G7 d'obtenir un feu vert administratif (!). Une illustration flagrante d'une bureaucratie tatillonne qui vient alourdir le manque de soutien financier de l'Etat.

Pour toutes ces raisons, il convient de remercier chaleureusement la députée MCG Ana Roch (voir aussi son interview) d'avoir relayé nos demandes à travers le PL 13870. Lequel projet fait suite à la motion 3232 (refusée en juin 2026) du député LJS Jacques Jeannerat qui demandait l'indemnisation des établissements et commerces directement impactés par les mesures de sécurité, périmètres d'exclusion ou fermetures imposées ou recommandées par les autorités durant la tenue du G7. Il ne s'agit pas d'une faveur accordée aux entreprises, mais d'un acte de justice élémentaire visant à rétablir l'équilibre entre les impératifs de sécurité publique et la survie de nos commerces de proximité.

La SCRHG continuera de réclamer une juste indemnisation pour le secteur. Nous soutenons ainsi le PL 13870 tant il vise exclusivement à réparer, de manière partielle et proportionnée, un préjudice directement causé par des mesures étatiques exceptionnelles adoptées dans l'intérêt de la collectivité. Et de poser maintenant la seule question qui vaille : qui va payer l'ardoise des restaurateurs genevois ? C'est aux autorités d'y répondre.



Simond BRANDT
DIRECTEUR DE LA SOCIÉTÉ DES CAFETIERS,
RESTAURATEURS ET HÔTELIERS DE GENÈVE

Brèves

FRIBOURG - LA FÊTE DU VIN CUIT
Du 2 au 4 octobre le village de Grangettes-près-Romont accueille une Fête du Vin cuit. Dans une dizaine de chaudrons chauffés au feu de bois, quelque 4000 litres de jus issus du pressage de 5500 kilos de poires mijoteront pendant trois jours et deux nuits. Les 400 litres de Vin cuit produits seront mis en vente durant la manifestation. Ils serviront à la confection de divers produits tels que gâteaux, tartelettes, meringues, truffes au vin cuit, la moutarde de bénichon, etc... Diverses dégustations seront proposées aux visiteurs. Le vin cuit fribourgeois est un sirop épais, onctueux et de couleur brun foncé, obtenu par la réduction très longue de jus (ou moût) de pommes ou de poires. Contrairement à ce que son nom indique, il ne contient pas d'alcool et n'est pas fait à partir de raisin. G. P.

VAUD - 30 ANS DE PAYS-D'ENHAUT PRODUITS AUTHENTIQUES - GASTRONOMIE EN CABINE
30 ans d'existence ça se fête ! Le label Pays-d'Enhaut Produits Authentiques (PEPA) a célébré cet anniversaire de façon fort originale. 144 personnes ont embarqué le 4 septembre dans les cabines de Rougemont-La Videmanette pour déguster un repas complet gastronomique apprêté par les chefs Pilet de l'Ermitage à Château-d'Œx, et Burri de l'Hôtel de Commune à Rougemont. Le label PEPA garantit l'origine des matières premières, la qualité des produits et leur transformation sur place, dans le respect de l'environnement. Près de 200 spécialités portent ses couleurs : L'Etivaz AOP, tomates, viandes, charcuteries, miels, tisanes, sirops, huiles ou légumes. La réussite du label repose sur ses partenaires : agriculteurs, fromagers d'alpage, éleveurs, apiculteurs, maraîchers et artisans qui perpétuent des gestes transmis de génération en génération. À leur côté, Pays-d'Enhaut Région Économie et Tourisme, le Parc naturel régional Gruyère Pays-d'Enhaut et 25 établissements ambassadeurs – restaurants, hébergements et commerces – participent à la promotion et à la découverte de ces produits. Un label qui soutient l'économie locale, valorise les métiers du terroir et rapproche producteurs, habitants et visiteurs. M. M.



FRIBOURG - LE GROUPE AC MARRIOTT S'INSTALLE EN SUISSE
Le premier établissement suisse de la marque AC Hotels by Marriott a ouvert officiellement ses portes le 15 septembre dernier à Bulle, dans le canton de Fribourg. Situé à l'ouest de la ville, dans le nouveau quartier mixte des Jardins de la Pâla, l'établissement quatre étoiles propose 120 chambres. Le complexe intègre le bar AC Lounge, une brasserie contemporaine nommée Lyoba, une grande terrasse extérieure, ainsi qu'un espace AC Fitness. L'exploitation est assurée par la société de gestion hôtelière suisse Sophos Hotels. AC Hotels by Marriott est une chaîne internationale d'hôtels haut de gamme, au design moderne et épuré, qui appartient au groupe américain Marriott International. La marque a été fondée en Espagne à la fin des années 1990 par le pionnier de l'hôtellerie Antonio Catalán, d'où les initiales « AC ». G. P.

REMI(COM)
LOCAUX COMMERCIAUX - COMMERCE - ENTREPRISES

 CRÉER

 ACHETER

 VENDRE

 GÉRANCE

www.remicom.com

**Vous pensez VENDRE
VOTRE RESTAURANT ?
Nous avons peut-être déjà
VOTRE REPRENEUR !**

 PLUS DE 25 ANS D'EXPÉRIENCE
DANS TOUTE LA SUISSE

 **CAFÉ - RESTAURANT - TAKEAWAY**



- N°1 en Suisse
- 2000 produits
- 20 agences
- 1000 transactions/an

 022 700 22 22

 info@remicom.com

Interview d’Ana Roch, députée MCG au Grand Conseil

En juin dernier, la SCRHG a alerté le Grand Conseil sur les limites du PL 13837, destiné aux dégâts matériels causés durant le G7, mais qui ignore les pertes économiques de l’hôtellerie-restauration. La députée MCG Ana Roch explique son projet d’extension du dispositif.

PROPOS RECUEILLIS PAR SIMON BRANDT

Vous avez déposé le PL 13870 pour compléter le dispositif actuel. Pouvez-vous nous le détailler?

Le dispositif initial prévoyait 6 millions de francs, principalement pour les dégâts matériels. Fort heureusement, les déprédations redoutées ne se sont pratiquement pas produites. En revanche, restrictions de circulation, périmètres de sécurité, contrôles aux frontières, télétravail et déplacements annulés ont entraîné de lourdes pertes. Beaucoup d’établissements ont vu leur fréquentation s’effondrer tout en supportant leurs charges fixes.

Le PL 13870 vise donc à reconnaître les pertes de chiffre d’affaires et les charges fixes directement liées à ces mesures. Il ne s’agit pas de compenser un risque commercial ordinaire, mais une charge exceptionnelle résultant de décisions prises dans l’intérêt général. Pour bénéficier d’une aide, une entreprise devra démontrer une diminution d’au moins 30% de son chiffre d’affaires, établir un lien direct avec les mesures du G7 et fournir des justificatifs. Le projet concerne l’hôtellerie-restauration, mais aussi les commerces, les artisans et les autres PME dépendant de la présence ou de la mobilité de leur clientèle.

Quel accueil a-t-il reçu? Pensez-vous qu’une majorité du Grand Conseil le votera?

Le projet a été déposé le 18 août avec le soutien du groupe MCG. Il est trop tôt pour affirmer qu’une majorité se dégagera, puisque le texte doit suivre le processus parlementaire. J’espère que les députés l’examineront de manière pragmatique, sur la base des pertes documentées. Il serait incohérent de prévoir une aide pour des dégâts matériels presque inexistants, tout en ignorant les pertes économiques bien réelles.

Si oui, quand peut-on espérer son entrée en vigueur?

Le calendrier dépendra du Grand Conseil et, le cas échéant, des travaux en commission. Je souhaite un traitement rapide, car les pertes remontent à juin et certaines entreprises restent fragilisées. En cas



Ana Roch. © DR

d’adoption, le texte entrera en vigueur le lendemain de sa promulgation dans la Feuille d’avis officielle. Le Conseil d’État devra ensuite fixer les modalités pratiques, les justificatifs requis et le mode de calcul.

Quel montant les PME concernées peuvent-elles espérer recevoir? Y a-t-il un plafond?

Le projet porte le plafond global du dispositif à 30 millions de francs, soit environ 10% des pertes économiques estimées à près de 300 millions par les principales associations économiques genevoises. Il ne prévoit donc pas une indemnisation intégrale, mais un soutien partiel, ciblé et proportionné. Le montant individuel dépendra des règles arrêtées par le Conseil d’État, du nombre de demandes admises et des pertes établies. L’objectif est d’aider prioritairement les entreprises les plus touchées, dans un cadre rigoureux et financièrement responsable.

Pourquoi ne pas l’avoir proposé avant le G7?

Avant le sommet, le principal risque identifié était celui des déprédations, d’où l’orientation du premier projet de loi. L’ampleur des pertes d’exploitation n’a pu être mesurée qu’après l’événement, grâce aux retours des entreprises et aux enquêtes professionnelles. La SCRHG a notamment constaté une baisse moyenne de chiffre d’affaires de 49,2%, représentant une perte moyenne de 18 615 francs parmi les établissements interrogés. Ces chiffres ont démontré que le préjudice principal n’était pas matériel, mais économique. Il fallait partir de faits établis pour proposer une réponse sérieuse et défendable.

La SCRHG a-t-elle joué un rôle dans le dépôt de votre projet de loi?

Oui, clairement. La SCRHG a alerté les autorités et fourni des données concrètes sur la situation des cafetiers, restaurateurs et hôteliers. Son enquête a permis d’objectiver ce que les professionnels constataient sur le terrain et a joué un rôle important dans ma décision d’agir. Le projet dépasse toutefois ce secteur, puisque des commerces, services et artisans ont également été touchés. La SCRHG a ouvert le débat et rappelé un principe essentiel: lorsqu’une décision publique prise dans l’intérêt collectif impose une charge exceptionnelle à certaines entreprises, la collectivité doit envisager une compensation équitable.

DE NOMBREUX AVANTAGES

Des prix durablement bas, un rabais PRO permanent sur tout l'assortiment et jusqu'à 20% selon les secteurs.

CONSULTEZ TOUS LES AVANTAGES

FOIRE AUX VINS

Plus de 300 vins en action du 21 septembre au 3 octobre

32%
14.52 kg

Filet de saumon frais Trim D, 1.2 kg avec peau, de Norvège

20%
2.68 500 g

Haricots Bobby de Suisse, 10 x

33%
9.75 kg

Cou de porc frais de Suisse, env. 2 kg

Du 21 au 26.9.2020 (Chaux-de-Fonds - Bâle) fermés le 25.09 - prix hors TVA.

VINS DU VALAIS

«Nous devons être à l’écoute de la restauration»

Dès janvier 2027, Vincent Baud pilotera l’IVV après 16 ans de direction de Gérard-Philippe Mabillard. Issu de la finance, écrivain à ses heures, et passionné de musique, l’homme bénéficie d’un large réseau en Suisse romande.

PROPOS RECUEILLIS PAR MANUELLA MAGNIN

I l en est convaincu : les vins valaisans sont compétitifs et peuvent gagner en visibilité hors canton et à l’international en renforçant la proximité avec les restaurateurs, en structurant une communication sur les prix et la qualité, et en nouant une coopération interrégionale avec les différentes interprofessions de la vigne et du vin des cantons de Vaud, de Genève et de Neuchâtel. Interview.

Lorsqu’on fréquente les établissements du bout du lac, on est frappé de ne trouver que très peu de vins valaisans à la carte. À l’exception des vins genevois, les crus étrangers se taillent souvent la part du lion. Quelle stratégie souhaitez-vous appliquer pour mieux valoriser les vins valaisans, au-delà des frontières cantonales et nationales?

J’ai vécu de longues années à Genève. À l’époque, nous pouvions compter sur la diaspora valaisanne, plus proche des restaurateurs, qui était demandeuse de nos crus. Le paysage de la restauration a aujourd’hui beaucoup changé. Nous devons retourner vers les restaurateurs pour comprendre leurs attentes et parler de l’excellence de nos vins, régulièrement distingués au niveau national et à l’international. On doit aussi engager un dialogue sur le format des bouteilles. Les 70-75 cl ne sont plus forcément adaptés au mode de consommation actuel.

Il m’est arrivé de payer 26 francs pour un verre de Petite Arvine dans un bar d’hôtel genevois. Les vins valaisans ne sont-ils pas trop chers?

Je suis choqué par un tel prix ! Sur les 44 vins valaisans nominés au Grand Prix des Vins Suisses cette année, 12 sont à moins de 20 francs la bouteille et 7 à moins de 15 francs. Au concours de Bruxelles, un vin valaisan à moins de 10 francs a même reçu un Grand Or. On peut trouver des flacons d’excellente facture dans nos caves à 10-11 francs, hors rabais restaurateur. Si l’on va dans le haut de gamme, nous proposons des Syrah et des Cornalin aux alentours des 20 francs, nettement moins chers que certains vins étrangers très cotés pour une qualité égale, voire supérieure.

Mais il y a un problème structurel de baisse de la consommation. On ne peut pas forcer les gens à boire...

Pour moi, le problème est avant tout sociétal. Durant la crise viticole de 1926 déjà, on accusait le cinéma et la radio de détourner les gens des bistrots. Le temps de cerveau, ou la disponibilité des gens, est devenu le combat du XXI^e siècle. Nous devons agir de concert avec les restaurateurs pour détourner les gens des algorithmes. Proposer des moments de joie et de convivialité, créer des expériences et des narratifs pour mieux attirer la clientèle au restaurant.

Dans l’émission Temps Présent du 3 septembre dernier, on a pu voir que les vins romands ne sont pas très prisés en Suisse alémanique. Leur qualité n’a pas forcément bonne presse auprès de certains acheteurs qui sont aussi des importateurs... Or, ce marché est vital pour augmenter la part de consommation de vins indigènes dans notre pays. Comment faire?

Il y a actuellement tout un débat au niveau fédéral sur les quotas d’importation conditionnés à la vente de vins suisses et dans lequel nous allons nous engager avec force. Dire qu’il n’y a que quelques caves



Vincent Baud. © Sedrik Nemeth

de Suisse romande qui font du bon travail et méritent leur place dans les assortiments proposés à la vente outre-Sarine est totalement faux. On ne parle pas assez des marges élevées sur les vins étrangers qui enrichissent importateurs et revendeurs. Les vigneron romands se sont adaptés aux tendances en élaborant notamment d’excellents rosés, des effervescents, des rouges plus légers. Nous devons nous unir pour le faire comprendre aux Suisses alémaniques et prioriser ce marché.

Quid du millésime 2026?

Faites-nous un peu envie...

Ce sera un millésime splendide, comparable à 2003 et 1947. Le climat chaud et sec nous a donné des raisins moins juteux, mais fortement concentrés, surtout pour les rouges. À encaver absolument !

Votre parcours est largement ancré dans la banque, la gestion de fortune et la politique. En quoi cette expérience financière et politique constituera-t-elle un atout concret pour diriger l’IVV et répondre aux difficultés économiques de la branche?

La finance m’a appris à faire face à pas mal de crises. Je comprends parfaitement les enjeux de trésorerie auxquels font face les caves et c’est ma priorité numéro une. La politique m’aide pour la défense professionnelle, notamment au niveau des relations avec le parlement. Ma mission est de travailler sur les conditions-cadres. Sauver toutes les exploitations ne sera malheureusement pas possible sans une réelle prise de conscience du monde politique. Les aides fédérales pour l’arrachage des vignes, par exemple, sont

quasi inaccessibles en raison des contraintes administratives. Notre rôle est de travailler à l’assouplissement des bases légales avec toutes les filières de l’agriculture, car partout les coûts de production augmentent et la complexité administrative explose.

Envie de dialoguer avec Vincent Baud sur vos attentes ?

N’hésitez pas à le contacter :

vincent.baud@lesvinsduvalais.ch



Vincent Baud à droite, nouveau directeur de l’IVV dès janvier 2027, et Christopher Loye, qui occupera le poste de directeur adjoint. © Gérard-Philippe Mabillard

6^e
QUINZAINE DES SPÉCIALITÉS SUISSES
30.1-14.2.27

GAGNEZ DES BONS D'ACHAT, UN PAQUET DE DÉGUSTATION ET DE LA PUB GRATUITE!

PARTICIPEZ DÈS MAINTENANT!

DÉLAI D'INSCRIPTION:
9.11.2026
SCANNEZ LE CODE QR
ET PARTICIPEZ.



Cours

DE LA SOCIÉTÉ DES CAFETIERS,
RESTAURATEURS ET HÔTELIERS DE GENÈVE



PRÉVENTION DES INCENDIES :
LES BONS RÉFLEXES PEUVENT
TOUT CHANGER

Date : **Lundi 28 septembre 2026**
Horaire : 13h30 à 16h30
Prix : CHF 50.– Nombre de places limité

Un départ de feu peut survenir à tout moment dans un établissement. Dans les premières minutes, les bonnes décisions et les bons gestes peuvent faire toute la différence pour protéger les personnes, limiter les dégâts et faciliter l'intervention des secours.

La SCRHG, en collaboration avec des spécialistes de la sécurité incendie, vous propose une formation pratique et accessible permettant de mieux comprendre les risques, de connaître les premières mesures à prendre et de vous exercer à l'utilisation des moyens d'extinction.

AU PROGRAMME :

- Les principes de base de la prévention incendie
- Les comportements à adopter en cas de départ de feu
- Les différentes classes de feu
- Les moyens d'extinction et leur utilisation
- Des exercices pratiques avec les équipements d'intervention

Renseignements et inscriptions : cours@scrhg.ch
À l'attention de Stéphane Jan

Objet : Prévention des incendies



FORMATION
MINIMALE
DE BASE EN
HYGIÈNE

Date : **Lundi 28 et mardi 29 septembre 2026**
Horaire : 8h30 à 16h15
Prix : CHF 750.–

Durée : 2 jours
Formateur : Denis Conesa

Formation reconnue par le SCAV.
Formation obligatoire pour les Food-Truck, service traiteur, etc.
Ce cours aborde les principes de la législation suisse sur les denrées alimentaires, les obligations légales en restauration, la gestion des contaminations et des allergènes, et les bonnes pratiques d'hygiène pour assurer la sécurité alimentaire dans les établissements.

Renseignements et inscriptions : cours@scrhg.ch
À l'attention de Stéphane Jan

Objet : Formation minimale de base en hygiène

FRIBOURG

Des récompenses pour le plus petit vignoble romand

Parfois qualifié de « Petit Poucet » des vignobles romands pour sa petite taille, le vignoble de Cheyres, dans le canton de Fribourg, a une nouvelle fois tiré son épingle du jeu lors de la 20^e édition du Grand Prix du Vin suisse qui s'est tenue du 20 au 25 juillet 2026 à Sierre (VS). Deux de ses vins ont en effet été distingués.

G. P.

« Notre "Coup d'Éclat", un Blanc de Noir, à base de Pinot Noir, et notre "Aubaine", un assemblage très rafraîchissant de Sauvignier Gris et de Muscaris, ont respectivement décroché l'or et l'argent », nous a précisé Mattéo Murphy, qui dirige la Cave de Cheyres, dans le village éponyme, vitrine de l'Association des Vignerons Broyards. Selon lui, « Alors que nous sommes souvent négligés, ces récompenses viennent rappeler que nous sommes une région vitivinicole à part entière. »

Un millésime 2026 prometteur
Autre source de satisfaction pour lui, le vignoble a bien résisté à la sécheresse. « Il nous a fallu arroser les jeunes plants. Mais de manière générale, nos vignes, profondément enracinées dans un sol léger, ont été très résilientes. Le millésime 2026 s'annonce de très belle tenue ».

Dix-huit vignerons passionnés
Le vignoble de Cheyres est le seul vignoble fribourgeois situé sur la rive sud du lac de Neuchâtel et le seul entièrement fribourgeois, celui du Vully étant partagé avec le canton de Vaud. Son association compte 18 producteurs répartis sur 14 ha. Les surfaces n'étant pas très grandes, c'est souvent une occupation annexe pour des vignerons animés par leur seule passion.

Cette année, la Fête des Vendanges du petit bourg lacustre aura lieu, du 9 au 11 octobre. Trois jours durant, bars, guinguettes, bals et animations foraines feront la fête au raisin et au vin.

[//cavedecheyres.ch](http://cavedecheyres.ch)



© Cave de Cheyres

IMPRESSUM

Le Cafetier
Journal romand bi-mensuel fondé le 1^{er} octobre 1893
132^e année - Paraît le vendredi

ÉDITION & ADMINISTRATION
Éditeur: SOFIED SA | Journal Le Cafetier
Adresse: Avenue Henri-Dunant 11, 1205 Genève
Téléphone: 022 329 97 47

E-mail: info@lecafetier.net
Site web: www.lecafetier.net

RÉDACTION
Rédacteur en chef: Simon Brandt - s.brandt@scrhg.ch
Correspondants: Manuella Magnin et Georges Pop
Crédits photos: © DR (sauf mention contraire)

PUBLICITÉ & PETITES ANNONCES
Régie publicitaire: SOFIED SA, Genève
Grégoire Gindraux - g.gindraux@lecafetier.net
T.: 022 329 97 47

Abonnement annuel (1 an): CHF 70.–
Tarif: Annonces: CHF 1.19 le mm
(minimum 2 colonnes)

PRODUCTION TECHNIQUE
Prépresse: Laurence Bullat - l.bullat@lecafetier.net
Service comptable: compta-journal@scrhg.ch
Impression: Atar Roto Presse SA

ALORS, ÇA VA ?



Entretien avec **Ciro**, restaurateur aux Pâquis.

- Ciro Ascione
- La Trattoria aux Pâquis
 - La Pizzeria à la Jonction

//cirorestaurants.ch

ALORS, COMMENT ÇA VA, VRAIMENT ?
Ça va plutôt bien ! Il faut être optimiste, sinon on ne pourrait pas faire ce métier. C’est passionnant, mais aussi très *impegnativo*, très exigeant. Cela demande énormément d’énergie, de temps et d’investissement personnel. Il faut tenir sur la longueur : c’est une vraie course d’endurance. Après neuf ans, bientôt dix, la passion est toujours là.

VOTRE PRINCIPAL DÉFI AUJOURD’HUI ?
Transmettre notre identité et notre philosophie aux équipes pour qu’elles puissent, à leur tour, les transmettre aux clients. La Trattoria et La Pizzeria sont des restaurants de destination : les gens viennent pour vivre une expérience. Aujourd’hui, le défi est aussi de créer un sentiment d’appartenance, de faire sentir aux collaborateurs qu’ils font partie de quelque chose et qu’ils ont de l’importance. Je me considère comme un « leader silencieux » : je donne l’exemple par ma présence, mon rythme et mon investissement.

VOTRE DERNIÈRE VRAIE FIERTÉ ?
Notre endurance ! Et la reconnaissance de nos clients. Ils savent que nous ne trichons ni avec les produits ni avec notre proposition. L’année dernière, nous avons aussi intégré le 50 Top Pizza Europe et les lecteurs de la Tribune de Genève nous ont désignés meilleure pizzeria. Oui, cette reconnaissance compte.

VOTRE RESTAURANT DANS DIX ANS ?
Avec une nouvelle décoration ! (rires) J’aime développer des projets, mais si je devais en lancer un autre, je ne le ferais plus seul. J’aimerais m’entourer de personnes partageant la même vision et retrouver davantage de liberté pour me concentrer sur la création et le développement.

UNE CHOSE À CHANGER POUR LES RESTAURATEURS GENEVOIS ?
Retrouver un peu d’espace pour créer. Aujourd’hui, nous sommes constamment sous pression : équipes, fournisseurs, assurances, administratif... Cela finit par prendre tellement de place qu’il devient difficile d’investir son énergie dans de nouveaux projets.

VOTRE DERNIÈRE TRÈS BONNE TABLE À GENÈVE ?
Je vais devoir passer mon tour ! Cela fait presque un an que je sors très peu. Mais Genève a énormément évolué ces dernières années. Il y a aujourd’hui de très belles tables et cela fait plaisir de faire partie d’une ville avec une offre de restauration aussi dynamique.

SANDRINE PALLY

BAROMÈTRE

MÉTÉO DU MOMENT :

Éclaircies

LA RESTAURATION GENEVOISE DANS 12 MOIS :

Optimiste

ÊTRE RESTAURATEUR À GENÈVE AUJOURD’HUI : ★★★★★

SI C’ÉTAIT À REFAIRE :

Je résigne demain

PUBLIREPORTAGE

HÔTELLERIE : UN MATÉRIAU IDÉAL POUR LA RÉNOVATION DES SALLES D’EAU

Inventé par des chercheurs de l’entreprise américaine DuPont, le Corian est un matériau composite haut de gamme fait d’un tiers de résine acrylique et de deux tiers de minéraux naturels. Sa surface homogène, non poreuse et sans joint apparent, garantit une hygiène parfaite et un nettoyage très simple. Son élégance et ses spécificités en ont fait un élément idéal pour la rénovation des salles d’eau, notamment dans l’hôtellerie, une activité dont l’entreprise Swiss pool Balneo, basée à Cormoret, dans le Jura bernois, a l’exclusivité en Suisse.

Formé à la micromécanique horlogère, Frank Schneider a fondé son entreprise il y a 25 ans. Initialement spécialisé notamment dans la remise à neuf de baignoires, il a depuis largement diversifié ses prestations. La rénovation de salles d’eau en Corian est ainsi devenue une de ses activités phares. « Je suis énormément sollicité par des hôteliers. La demande est en pleine croissance et le travail ne manque pas », nous a-t-il confié entre deux chantiers.

Un simple coup d’éponge...
Et lorsqu’il évoque le Corian, il n’est pas avare en éloges : « On oublie le silicone qui vieillit mal, noircit et moisit. Avec notre matériau, les raccords sont invisibles et empêchent l’accumulation d’eau, de saleté et de moisissure. Il est imperméable et ne laisse pas passer les bactéries. Un coup

d’éponge avec de l’eau savonneuse suffit à le nettoyer ».

Autre avantage : « Ce matériau se thermoforme pour créer des vasques intégrées, des plans ou des receveurs de douche sur mesure. Il offre un rendu lisse, moderne, mat ou satiné selon le goût du client. » Ajoutons encore que la structure du Corian permet d’effacer les rayures ou les petits impacts par un simple ponçage, lui redonnant son aspect neuf.

Une rénovation très rapide
Directeur de l’hôtel Mona à Montreux, Stéphane Compagnon, fut l’un des clients de Frank Schneider. Son témoignage sur le site de l’entreprise, est particulière-



© swisspool-balneo.ch

ment laudatif : « Certaines de nos salles de bain étaient vieilles, démodées. Il fallait aussi remplacer les baignoires par des douches. Pour une rénovation traditionnelle, j’aurais dû fermer les chambres pendant trois semaines et subir d’importantes nuisances. La rénovation en Corian s’est faite en trois jours, sans poussière ni bruit, c’est juste génial ! »

« Nous répondons à des demandes d’établissements qui affichent jusqu’à quatre

étoiles. Au-delà, les hôtels veulent par exemple du marbre... Ce n’est pas notre spécialité », précise Frank Schneider. Outre les rénovations en Corian, adaptées aussi aux EMS et aux hôpitaux, son entreprise propose la transformation de baignoires en douches pour les aînés, l’installation de salles de bains préfabriquées, de spas, de douches mobiles, etc.

//swisspool-balneo.ch

VOS partenaires POUR LA ROMANDIE

GROSSISTE

ALIGRO

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

CHAMPAGNE

POMMERY
CHAMPAGNE
A. H. W. S. FRANCE

VRANKEN POMMERY SUISSE SA
Av. de la Gare 10 - 1003 Lausanne
T. +41 21 643 13 13
info@vrankenpommery.ch
www.vrankenpommery.com

TERROIR

NEUCHÂTEL
VINS • TERROIR

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



GENÈVE
terroir

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

Vaudois
L'EXCELLENCE DES TERROIRS

OFFICE DES VINS VAUDOIS
Avenue des Jordils 1 - CP 1080
1001 Lausanne
T. +41 21 614 25 80
info@vins-vaudois.com
www.ovv.ch

SWISS WINE VALAIS

SWISS WINE VALAIS
Av. de la Gare 2 - CP 144
1964 Conthey
T. +41 27 345 40 80
info@swisswinevalais.ch
www.swisswinevalais.ch

PAYEMENT

pimpay

PIMPAY
Avenue de Morges 35
1004 Lausanne
info@pimpay.ch

www.pimpay.ch

TRANSPORT

Petit Forestier

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

FRITEUSE

Valentine's
IS SWISS MADE

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

FOIE GRAS

ROUGIÉ
SARLAT

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

NOURRITURE

KADI

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

PRODUITS SURGELÉS

DITZLER

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

BIÈRE

Ausländische Biere
Biere aus aller Welt

AUSLÄNDISCHE BIERE AG
Talstrasse 84 - 4144 Arlesheim
T. +41 61 706 55 22
François Girod Ge-Ne-Ju
francois.girod@auslaendischebiere.ch
P. 076 372 70 08
Laurent Manini VD-VS-FR
laurent.manini@auslaendischebiere.ch
P. 079 405 38 68
www.auslaendischebiere.ch

SALLES DE BAINS

SWISS POOL BALNEO SA

DOUCHE CONCEPT
by SWISSPOOL BALNEO SA

SWISSPOOL BALNEO SA
Chemin des Bains 1
2612 Cormoret
T. +41 32 941 48 28
info@swisspool-balneo.ch
www.swisspool-balneo.ch

Spécialiste de salle de bains pour l'hôtellerie

CONCEPTS CULINAIRES

SWISS GASTRO SOLUTIONS

FRESH FOOD & BEVERAGE GROUP AG
SWISS GASTRO SOLUTIONS
Erlenwiesenstrasse 9
8604 Volketswil
T. +41 58 570 92 92
info@swissgastrosolutions.ch
www.swissgastrosolutions.ch

POISSON

poissons lucas
le meilleur de la mer

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

SANTOS
poissons loc & mer

A & P SANTOS SA
Route d'Yverdon 11 - 1445 Vuiteboeuf
T. +41 24 459 19 43
info@santos-poissons.ch
www.santos-poissons.ch

GASTRONOMIE

SERVICE GASTRONOMIE MOLARD GENEVE

SERVICE GASTRONOMIE MOLARD BELL SUISSE SA
Rue Champ-Blanchod 13
1228 Plan-les-Ouates
T. +41 58 326 96 00
vente@gastrobouchierimolard.ch
www.bouchierimolard.ch

MEUBLES DE JARDIN

hunn
MEUBLES DE JARDIN

HUNN MEUBLES DE JARDIN SA
Fischbacherstrasse 15
5620 Bremgarten
T. +41 56 633 99 88
info@hunn.ch
www.hunn.ch

GESTION

F&B Solutions.

F&B SOLUTIONS
C/O HiFlow
Chemin du Champs-des-Filles 36A
1218 Plan-les-Ouates
T. +41 79 390 00 93
hello@fnbsolutions.ch
www.fnbsolutions.ch

SALON

cook'n'pro

COOK'N'PRO
VENDREDI 6 AU LUNDI 9
NOVEMBRE 2026
L'événement dédié aux professionnels de la gastronomie et de l'hospitalité
www.cooknpro.ch

CUISINE

ROTOR
Lips FEUINA
VAC-STAR

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

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

GEHRIG GROUP
Professional Solutions

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

FROMAGE

LE GRUYÈRE
SWITZERLAND

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

Vacherin Fribourgeois
SWITZERLAND

INTERPROFESSION DU VACHERIN FRIBOURGEOIS
Rue de la Condémne 56
1630 Bulle
T. +41 26 919 87 56
info@vacherinfribourgeoisaop.ch
www.vacherin-fribourgeois-aop.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

IMMOBILIER

REMI(COM)

LOCAUX COMMERCIAUX - COMMERCE - ENTREPRISES

REMI(COM)
T. 022 700 22 22
info@remicom.com
www.remicom.com

EFFERVESCENT

Mauler
MAISON FONDÉE EN 1829

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

FOURNISSEUR MACHINES À CAFÉ

CIMBALI GROUP

CIMBALI GROUP SWITZERLAND SA
Rte de Bellevue 7
1029 Villars-St-Croix
CIMBALI GROUP SWITZERLAND AG
Schaffhauserstrasse 134
8152 Glattbrugg
www.cimbaligroup.com

FRANKE

FRANKE COFFEE SYSTEMS
Franke-Strasse 9 - 4663 Aarburg
T. 062 787 3400
coffeemoments@franke.com
www.coffee.franke.com

CAVIAR

Caviar du Palais
DÉS 1987

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

CONTACTEZ-NOUS

Tél. 022 329 97 47
ou mail :
g.gindraux@lecafetier.net

L'irrésistible friture de carpe du Vorbourg

L'emblématique ferme-restaurant du Vorbourg, situé sur les hauteurs de Delémont, a rouvert ses portes, il y a un an, après douze mois de travaux. Propriété de la Bourgeoisie de Delémont, l'établissement a été repris par Célien Boillat, un jeune agriculteur qui exploitait le domaine depuis quelques mois.

GEORGES POP

« La ferme va avec le restaurant, et il ne faut surtout pas les séparer! », avait proclamé le nouveau maître des lieux, annonçant son intention de continuer à servir « la cuisine campagnarde » qui avait fait la réputation de l'établissement avant sa reprise en main. Aujourd'hui, il fait systématiquement le plein, aussi bien à midi que le soir, et on y vient parfois de loin pour y savourer, en terrasse à la belle saison, l'une de ses spécialités les plus emblématiques: la friture de carpe du Jura.

Les carpes des prince-évêques

Originaire du Danube, la carpe s'est répandue dans le Vieux Continent déjà dès l'époque romaine. Au Moyen-Âge, des étangs à carpes sont déjà présents dans le Sundgau alsacien, très vraisemblablement à l'initiative de moines cisterciens, la consommation de poisson étant autorisée lors des jeûnes chrétiens. Vers la fin du XV^e siècle, ce sont les prince-évêques de Bâle, maîtres du Jura, qui vont aménager les étangs de la région de Bonfol, en Ajoie, en véritables carpières pour approvisionner les cuisines de leur château de Porrentruy.

La recette actuelle de la friture de carpes date sans doute du XIX^e siècle. Très populaire en Ajoie, mais aussi au-delà, elle consiste à couper des morceaux de carpe sans arêtes épaisses, à les faire mariner dans un peu de lait ou de vin blanc, puis à les enrober de semoule de blé avant de les frire dans l'huile chaude, puis de les servir avec des frites.

Produits indigènes et fait maison

Au Vorbourg, quasiment tous les produits, préparés exclusivement sur place (carpes, truites, porc, bœuf, volaille, fruits et légumes, produits laitiers, etc.), sont de proximité, voire directement issus du vaste domaine agricole exploité par Célien Boillat. Pour venir à bout de sa mission, le jeune agriculteur-restaurant s'est entouré de six collaborateurs au nombre desquels figure Géraldine, sa maman cuisinière qui, avant de le rejoindre, tenait les fourneaux du très couru gîte La Bergerie, au Mormont, un coquet hameau situé près du village de Courchavon, en Ajoie.



La souriante équipe du Vorbourg. Célien Boillat est à la droite de l'image. Sa maman Géraldine est la deuxième en partant de la gauche. © Le Cafetier

Parmi les fidèles les plus inconditionnels du Vorbourg, on trouve Olivier Boillat, le charismatique porte-parole de la Fondation Rurale Interjurassienne (FRI). Normal! Olivier est le papa de Célien et l'époux de Géraldine.

À quoi attribue-t-il la fréquentation ininterrompue d'un établissement pourtant isolé en pleine campagne? « Les habitants de Delémont et de sa région y sont très attachés. En outre le cadre est magnifique pour y déguster

des spécialités. On y rencontre beaucoup de Soleurois, par exemple, venus du canton voisin, grâce au bouche-à-oreille... Et puis la chapelle du Vorbourg, située juste à côté, se trouve sur un tracé officiel des chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle. C'est pourquoi il n'est pas rare de voir des pèlerins s'arrêter ici pour une pause gourmande ».

//restaurantvorbourg.ch

PUBLIREPORTAGE

PINSA : LA ROMAINE QUI FAIT CRAQUER LA SUISSE

Entre pizza revisitée et spécialité tendance, la Pinsa s'impose en Suisse comme l'alternative italienne du moment. Sa pâte aérienne, sa forme ovale et sa promesse de légèreté séduisent autant les restaurateurs que les consommateurs. Mieux encore : la farine dédiée à la Pinsa est désormais moulue en Suisse par les grands moulins swissmill à Zurich, signe d'un ancrage local de plus en plus solide.

La Pinsa n'est plus une simple curiosité venue de Rome. En Suisse, elle devient un vrai produit de carte, porté par l'envie de manger italien autrement : plus léger, plus moderne, mais toujours gourmand. Son succès tient d'abord à sa personnalité. Une pâte qui change tout. Le premier secret de la Pinsa est dans sa pâte. Rien n'y est laissé au hasard. Elle repose généralement sur un mélange de farines soigneusement sélectionnées, souvent à base de blé, de riz et de soja, combiné à une hydratation élevée, et offre un contraste très apprécié entre croustillant et moelleux. La différence ne tient pas seulement aux ingrédients. Elle tient aussi à la fermentation.

La pâte à Pinsa est en général travaillée avec une fermentation longue, parfois de 24 à 72 heures, ce qui permet aux levures d'agir sur les composants de la farine. Ce temps de repos favorise le développement des arômes, améliore la structure de la pâte et contribue à une sensation de légèreté en bouche. Plus la fermentation est maîtrisée, plus la pâte gagne en finesse, en digestibilité et en complexité



gustative. Ce n'est pas qu'une impression marketing, la longue fermentation permet aussi de réduire la sensation de lourdeur souvent associée aux préparations plus rapides ou plus riches, remarquée par de nombreux consommateurs.

Ce qui distingue la Pinsa, c'est aussi sa polyvalence. Elle fonctionne très bien en restauration, mais aussi en traiteur, en plat à emporter, en finger food, en street food et en snacking. Dans les boulangeries, elle trouve naturellement sa place sous forme de fonds de pâte précuits, garnis à la dernière minute pour garantir fraîcheur et rapidité de service. Salée ou sucrée, à la viande ou végétarienne, au fromage ou végétalienne, elle se prête à toutes les interprétations.

Le marché suisse y voit une opportunité claire. D'un côté, la Pinsa reprend les codes rassurants de l'Italie. De l'autre, elle propose une expérience plus légère et plus actuelle, en phase avec les attentes d'aujourd'hui. L'arrivée d'une farine Pinsa moulue à Zurich par les grands moulins swissmill renforce encore cette dynamique : le produit ne dépend plus seulement d'un imaginaire importé, il s'inscrit aussi dans une chaîne de valeur locale.

La Pinsa avance donc avec de solides atouts : une identité forte, une pâte bien pensée, une vraie souplesse d'usage et une capacité à séduire à la fois les chefs, les artisans et les gourmands. En Suisse, elle a trouvé bien plus qu'une tendance : une place durable à table, sur le pouce et dans les vitrines.

www.swissmill.ch

Et si nos tables devenaient une raison de venir à Genève?

Longues vacances, fortes chaleurs, clientèle locale moins présente : l'été reste une période particulière pour les restaurateurs genevois. À l'heure de la rentrée, une question mérite pourtant d'être posée : comment transformer une clientèle touristique de passage en véritable clientèle de destination ?

SANDRINE PALLY

Autrement dit, comment adopter une approche plus proactive et réfléchie, plutôt que d'attendre que le visiteur pousse la porte d'un restaurant au hasard d'une promenade ? Et si la réponse consistait moins à rendre nos établissements « touristiques » qu'à mieux raconter la Genève que nous vivons ?

Le potentiel existe, mais il ne ruisselle pas automatiquement jusqu'à toutes les tables. Genève Tourisme ne dispose d'ailleurs pas, à ce stade, de données permettant d'isoler précisément la part des dépenses touristiques consacrée à la restauration. Le paradoxe est là : être une ville touristique où l'on mange bien ne suffit pas encore à en faire une destination gastronomique.

Manger devient une raison de voyager

« La gastronomie fait pleinement partie de l'expérience de destination », souligne Nicolas Oberson, Relationship Manager F&B à Genève Tourisme. Selon le Food Travel Monitor 2026 qu'il cite, les voyageurs interrogés donnent une note moyenne de 8,2 sur 10 à l'importance de la nourriture et des boissons dans le choix d'une destination. Deux sur trois estiment même que celle-ci a augmenté ces cinq dernières années.

Genève Tourisme a bien compris cet enjeu. Les établissements peuvent être référencés gratuitement sur [geneve.com](#) et dans l'application Hello Geneva. Nouvelles ouvertures, contenus vidéo ou encore Geneva Food Guide, construit autour des recommandations de Sébastien Ripari, participent également à rendre la scène gastronomique genevoise plus visible.

Il faut aussi souligner le travail engagé ces dernières années par la section restauration de Genève Tourisme, qui a notamment créé un poste spécifiquement dédié au Food & Beverage.

Sur le terrain, Nicolas Oberson multiplie les rencontres avec les restaurateurs, fréquente les tables genevoises et suit de près les ouvertures comme les événements liés à la gastronomie. Une présence qui permet de créer davantage de liens entre les professionnels de la restauration et ceux du tourisme.

Mais l'enjeu dépasse la seule promotion des adresses. Dans le cadre du Geneva Excellence Club, Genève Tourisme cherche à faire de chaque professionnel en contact avec le visiteur un véritable ambassadeur de la destination.

Le principe : permettre aux acteurs du tourisme et de la restauration – du serveur au manager – d'approfondir leur connaissance de Genève pour mieux conseiller leurs clients et prolonger leur découverte de la ville au-delà des murs de leur propre établissement. À l'issue du parcours, les participants reçoivent une certification et rejoignent un réseau qui se retrouve régulièrement pour poursuivre les échanges et la découverte de la destination.

Le touriste choisit aussi des codes

Dans les hôtels cinq étoiles de la place, les concierges Clefs d'Or incarnent depuis longtemps cette connaissance transversale de la ville. Les Clefs d'Or constituent un réseau international de concierges d'hôtels, reconnaissables aux deux clefs dorées portées au revers de leur veste. Leur métier va bien au-delà de la réservation d'une table : leur valeur réside dans leur réseau, leur connaissance extrêmement concrète



Véritable institution des bords de lac, le filet de perche. © Switzerland Tourism / André Meier

des établissements mais aussi des hommes et des femmes qui les font vivre, et surtout dans leur capacité à comprendre le client qu'ils ont en face d'eux.

Raphaël Mathon-Goupil, ancien président et aujourd'hui past-président des Clefs d'Or Genève, observe d'ailleurs une profonde évolution du métier. Il ne s'agit plus de recommander les restaurants dont on imagine qu'ils plairont à une clientèle cinq étoiles « type », mais de personnaliser la recommandation à partir de la connaissance du client et de l'émotion qu'il recherche.

Il se souvient notamment d'une question qu'un chef concierge en Grande-Bretagne avait l'habitude de poser à ses clients : « Comment souhaitez-vous vous habiller ce soir ? »

Derrière cette formulation presque anodine se dessine tout un univers : terrasse animée ou salle feutrée, bistro contemporain ou grande table. Avant même de parler de cuisine, il s'agit de comprendre comment le visiteur souhaite vivre sa soirée.

Les attentes évoluent également. La clientèle des cinq étoiles ne recherche plus systématiquement le restaurant gastronomique où passer trois heures, notamment à l'heure du déjeuner. Elle veut toujours de belles assiettes et du goût, mais peut rechercher une expérience plus rapide, plus vivante ou plus bistronomique.

Pour les restaurateurs qui souhaiteraient justement mieux toucher cette clientèle, Raphaël rappelle que les Clefs d'Or sont toujours intéressés à découvrir de nouvelles adresses. Le réseau organise régulièrement des rencontres dans des établissements afin que ses membres puissent découvrir les lieux, goûter la cuisine, rencontrer les équipes et, ensuite, en parler avec justesse à leurs clients.

La porte n'est donc pas fermée aux nouvelles propositions. Un restaurateur peut prendre contact avec l'association ou inviter les concierges à venir découvrir son établissement. Car plus un concierge connaît une adresse – mais aussi les personnes qui la font vivre – plus il peut la recommander avec conviction.

Un angle mort demeure toutefois : le dimanche et le lundi. Raphaël relève que l'offre se réduit fortement ces jours-là et que les concierges peinent parfois à trouver une table adaptée aux attentes de leurs clients. Il ne s'agit évidemment pas de demander à chaque établissement d'ouvrir sept jours sur sept, mais peut-être de réfléchir collectivement à une meilleure complémentarité de l'offre.

Être visible, mais surtout accessible

Chez Mattia Baldassarra, à la tête de Mineral et Tablard, la clientèle reste majoritairement locale et fidèle. Le restaurateur reconnaît ne pas avoir, jusqu'ici, développé de stratégie spécifiquement tournée vers le tourisme. Les réseaux sociaux changent néanmoins la donne.

« Je suis un peu old school là-dessus, mais je me suis rendu compte qu'Instagram est énormément utilisé, quasiment plus que Google Maps ou d'autres applications, pour trouver des restaurants et des adresses intéressantes. Ça nous aide pas mal. »

Mais être visible ne suffit pas

Pour un visiteur qui prépare son séjour depuis l'étranger, réserver facilement en ligne, utiliser ses moyens de paiement habituels, accéder à des informations à jour ou simplement comprendre la carte sont autant de détails qui rendent une adresse réellement accessible.

Mattia réfléchit d'ailleurs à proposer cette dernière en deux langues face à une clientèle qui s'internationalise.

Ce sont parfois de petites adaptations, mais elles peuvent faire la différence entre un établissement que le visiteur remarque et un établissement dans lequel il réserve réellement.

Et si la destination était le quartier?

Mattia pose aussi indirectement une autre question avec Carouge, où Tablard occupe une place de choix au cœur de la rue Saint-Victor: malgré sa forte identité, le quartier n'est peut-être pas encore spontanément perçu par tous les visiteurs comme une destination touristique à part entière.

Pourtant, Genève possède déjà une richesse considérable: des quartiers avec leurs propres identités. Carouge, les Pâquis, les Eaux-Vives, Plainpalais ou les Bains ne racontent pas la même Genève.

À Copenhague, par exemple, cette diversité est devenue un véritable outil touristique. Les itinéraires associent gastronomie, design, culture et vie locale. À Nørrebro, commerces indépendants, cafés, restaurants et bars participent d'une même expérience du quartier.

L'objectif n'est plus simplement de cocher une série d'incontournables, mais d'entrer dans la ville par sa culture locale.

Les formats «72 heures» développés par des médias de voyage comme Condé Nast Traveler reposent sur une mécanique similaire. Leurs itinéraires mélangent quartiers, restaurants, cafés, shopping, culture et sorties. Le voyageur ne choisit plus seulement une succession d'adresses: il adopte, pendant quelques jours, les codes et le rythme d'une ville.

Pourquoi ne pas pousser davantage cette logique à Genève? Une table, une galerie, un artisan, une boutique, un café puis un verre: non plus une succession d'adresses, mais une expérience de quartier.

Culture, commerce, restauration: décroisonner

La mécanique existe d'ailleurs déjà. Du 16 au 20 septembre, la Geneva Art Week fera vivre la création contemporaine à travers toute la ville. Et le jeudi 17 septembre, la Nuit des Bains transformera une nouvelle fois le quartier en parcours à ciel ouvert, de galerie en galerie.

Dans ce quartier, les passerelles avec la restauration vont parfois encore plus loin. À l'initiative

de Laura Baer et Boris Liger, de Domum Design, des restaurateurs du quartier préparent leurs spécialités, servies directement dans les galeries. La frontière entre lieu culturel, table et vie de quartier s'efface alors naturellement.

Le restaurant n'est plus seulement l'endroit où l'on mange «avant» ou «après» un événement. Il devient lui-même l'un des acteurs de l'expérience culturelle et touristique.

Et si les lieux et les usages deviennent hybrides, cette construction ne peut reposer sur le restaurateur seul. Elle suppose un réseau de quartier: restaurateurs, commerçants, galeristes, artisans, hôteliers, acteurs culturels et touristiques capables de se connaître, de se recommander et, parfois, de construire des expériences ensemble.

Une anecdote rapportée par un restaurateur résume parfaitement cette logique. Un visiteur lyonnais remarque dans les toilettes de l'établissement le savon suisse Soeder et demande où il pourrait en acheter. Le restaurateur pense alors à Caillou, boutique située à quelque 200 mètres, rue Prévost-Martin. Un simple coup de téléphone permet de vérifier qu'il y trouvera ce qu'il cherche et de l'y orienter.

Mais derrière ce geste se joue quelque chose de plus intéressant: au fil du repas et des échanges, le restaurateur a commencé à comprendre les goûts de son client. Il ne lui indique donc pas simplement une boutique; il lui recommande une adresse dont il pense qu'elle lui plaira.

Le geste paraît anodin. Pourtant, le restaurant vient de prolonger l'expérience touristique au-delà de ses murs. La découverte d'un produit mène à une boutique, celle-ci à une promenade et peut-être, ensuite, à une nouvelle adresse.

Être plus local pour devenir plus touristique

À l'heure de la rentrée, l'enjeu n'est peut-être plus de savoir si les touristes peuvent remplacer les Genevois partis en vacances, mais comment leur donner envie de vivre Genève plutôt que simplement la visiter.

Rendre plus lisibles ses quartiers, ses tables, ses artisans et ceux qui les font vivre. Connaître sa ville comme on connaît sa carte, et savoir la partager: c'est peut-être cela, finalement, l'hospitalité.

QUELS BESOINS EN MATIÈRE DE CLIMATISATION ET D'ANIMATIONS ?

Vous avez été nombreux à répondre au sondage envoyé dans la dernière newsletter de la SCRHG, les résultats sont sans appel et montrent que la climatisation ne relève plus du simple confort, mais constitue un besoin impérieux et stratégique pour le secteur de la restauration. Elle impacte directement la viabilité économique, le respect des réglementations sanitaires et la gestion des ressources humaines d'un établissement.

CLIMATISATION

84,7% des établissements déclarent que la canicule a eu un impact sur leur exploitation, 85,7% que la chaleur a impacté le confort de la clientèle et 87,8% que la canicule a impacté la productivité et le bien-être du personnel.

Si aujourd'hui seulement 17,9% des établissements déclarent disposer d'un système de climatisation, 69,5% souhaitent en installer une d'ici l'été prochain. 88,4% de la totalité des répondants attendent un assouplissement des critères pour une telle installation. Enfin, 78,2% de ceux qui n'en possèdent pas souhaitent en installer une.

ANIMATIONS

Sur la question des animations dans la Cité, 71,4% souhaitent le retour d'une manifestation annuelle estivale d'envergure comme les Fêtes de Genève. 61,1% des sondés regrettent ainsi que la Fête Fédérale de Lutte (FFL) ne puisse pas être organisée à Genève, sur la Plaine de Plainpalais, en 2031.

Parmi les différentes manifestations sportives, 52,87% estiment que la Coupe du monde de football a eu un impact positif sur le secteur de la restauration et 29,55% ont vu un impact positif direct sur leur propre établissement. C'est ensuite le Marathon de Genève qui recueille 41,18% d'opinions positives pour le secteur tandis que seulement 22,5% estiment que le Tour de France féminin a un impact positif.

Parmi les différents événements festifs testés, on relèvera que 57,83% des sondés estiment que la Fête de l'Escalade a un impact positif sur le secteur de la restauration, la Fête de la Musique recueillant 51,81% d'avis positifs quant aux retombées pour le secteur.

A l'inverse, des manifestations comme Festi'Terroir ne recueillent que 31,65% d'avis positifs de la part des restaurateurs, ce pourcentage tombant à 29,63% pour Genève, Rêve d'Eau et 25,3% pour le Geneva Street Food Festival. Mais dans tous les cas, une chose est sûre, le secteur de la restauration souhaiterait être davantage impliqué dans l'organisation de tels événements.

S. B.

TRÉSORS DE NOS TERROIRS

LE SAUCISSON NEUCHÂTELOIS IGP

LE SAUCISSON NEUCHÂTELOIS IGP SE DÉGUSTE TOUTE L'ANNÉE. MAIS SA SAISON TRADITIONNELLE EST CELLE DES TORRÉES EN PLEIN AIR. ELLE A COMMENCÉ EN AOÛT ET DURE TOUT L'AUTOMNE, VOIRE AU-DELÀ.

Seules les boucheries remplissant le cahier des charges du saucisson neuchâtelois IGP peuvent produire l'authentique saucisson neuchâtelois pur porc à maturation interrompue, fumé à froid au bois de résineux. Parmi elles se trouve la boucherie Montandon, aux Ponts-de-Martel, fondée en 1930 par Henri Montandon. Elle est reconnue loin à la ronde pour sa production artisanale et durable.

UN COMPAGNONNAGE DE PRODUCTEURS

Arrière-petit-fils du fondateur, Arthur Montandon, lui-même boucher, est l'un des administrateurs de cette entreprise familiale dont le saucisson neuchâtelois IGP est l'un des produits phares. Cette spécialité lui tient d'autant plus à cœur qu'il a la charge



© Boucherie Montandon SA

de sa promotion au sein du comité de l'IGP. Il n'y a aucune concurrence entre producteurs. Au contraire! Nous sommes très solidaires. Conformément à notre cahier des

charges, nous organisons régulièrement des dégustations en toute complicité pour nous assurer de la qualité et de la conformité de nos produits», souligne-t-il.

Car si le cahier des charges de cette spécialité est très strict, chaque producteur a la possibilité d'y ajouter sa touche personnelle. «Le dosage des épices, par exemple, est à la discrétion de chacun. Les recettes sont des secrets bien gardés», explique notre interlocuteur. Sa famille s'honore de se fournir en viande exclusivement dans les exploitations de la région. «Dans un rayon de 20 à 25 km», précise-t-il.

LA TRADITION DES TORRÉES

Alors que la saison des Torrées bat son plein, on vient de tout le canton, et même des cantons voisins, pour se procurer le saucisson neuchâtelois. Vivace dans tout l'Arc jurassien, cette tradition consiste à cuire un saucisson directement dans la braise d'un grand feu en plein air, dans un pâturage ou en bordure de forêt. Mais il existe mille et une autres façons de préparer ce savoureux saucisson traditionnel...

GEORGES POP

TOUT SIMPLEMENT LA QUALITÉ

KADI⁺



LES SVELTES PARMI LES WEDGES.

Les KADI Skinny Crispy Wedges séduisent par leur texture particulièrement croustillante et leur polyvalence. Grâce à leur coupe fine, elles sont rapides à préparer et idéales en snack ou accompagnement. kadi.ch