

Le Cafetier

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

lecafetier.net

GAUTMILLAU 2027

Les trentenaires
au firmament de la
gastronomie suisse



PAGES 4 ET 5

RUBRIQUE

FEU VIF
Une salle pleine
est-elle vraiment
une bonne affaire?

PAGE 7

GENÈVE

Vendanges 2026
Un millésime
magistral

PAGE 9



DOSSIER

Foire de
ZAGG

PAGES 10 À 16

Le pourboire

Le Parlement fédéral
a refusé de taxer les
pourboires pour protéger
le revenu du personnel
de service et éviter une
bureaucratie liée aux
paiements par carte.

PAGE 2



-18%
kg
16.39
au lieu de 20.20



N° d'art. 059933
Poitrine de poulet
sans peau
env. 90-220 g
env. 2.5 kg

ACTION

kg
1.05



N° d'art. 040410
Baked Potatoes Agria
farineuses à frire
10 kg net

-18%

1l
5.95
au lieu de 7.30



N° d'art. 024420
Emmi
Crème entière
35% de matière grasse
UHT
12 x 1l

12.10-17.10.2026

Vous trouverez d'autres offres sous: prodega.ch



Édito

Le Parlement fédéral met les pourboires à l’abri du fisc et de l’AVS

C’est une victoire majeure pour notre secteur. En effet, lors de sa séance du 14 septembre 2026, le Conseil national a balayé le projet de taxation des pourboires numériques en s’alignant sur le Conseil des États. Désormais, qu’il soit versé en pièces ou par carte bancaire, le pourboire reste un don exonéré d’impôts et de charges sociales.

En votant la motion 25.4578 «*le pourboire facultatif ne fait pas partie du salaire*» du conseiller aux Etats valaisan Beat Rieder (Le Centre), les chambres fédérales envoient un signal limpide : le pourboire doit rester ce qu’il a toujours été, à savoir un geste de reconnaissance volontaire de la part du client, et non une variable d’ajustement fiscale. Vouloir taxer ces montants sous prétexte qu’ils transitent désormais par des terminaux de carte ou des applications numériques relevait d’un acharnement technocratique déconnecté de la réalité du terrain.

Les professionnels de la restauration et de l’hôtellerie ne demanderont toujours qu’une seule et unique chose, qu’on les laisse travailler sans les assaillir de contraintes administratives et réglementaires excessives. Et qu’ils puissent ainsi utiliser leur temps pour leur clientèle plutôt qu’à remplir une paperasserie excessive. Les métiers du service sont déjà exigeants, les horaires sont lourds et la reconnaissance passe aussi par ce supplément financier direct.

En sanctuarisant le pourboire hors du champ fiscal et social, le Parlement garantit que 100% de la générosité du client va directement dans la poche de celui qui l’a servi. À une époque où le coût de la vie augmente, préserver ce pouvoir d’achat net et immédiat est une mesure de soutien indispensable pour une branche qui peine à recruter.

L’argument de l’opposition, qui agite le chiffon rouge de la perte de couverture sociale, occulte la réalité économique des établissements. Si l’on avait intégré les pourboires dans le salaire déterminant, la facture aurait été salée pour tout le monde. Les salariés auraient vu leur salaire net amputé par de nouvelles déductions, et les employeurs auraient dû s’acquitter de charges patronales supplémentaires. Dans notre secteur les marges sont déjà extrêmement serrées, une telle charge aurait inévitablement conduit à une hausse des prix pour les consommateurs ou, pire, à des suppressions de postes.

De plus, l’introduction d’une taxe sur les pourboires numériques aurait créé une usine à gaz administrative invraisemblable. Comment comptabiliser équitablement les pourboires redistribués dans une «*boîte commune*»? Comment gérer les fluctuations d’une semaine à l’autre? Les restaurateurs doivent passer leur temps en cuisine et en salle, pas à remplir des grilles de calcul complexes pour l’administration.

Le Parlement a donc choisi la clarté et l’équité : un pourboire en cash vaut un pourboire par carte. C’est une victoire pour la liberté contractuelle, pour le pouvoir d’achat des employés et pour la simplification administrative. Le pourboire est un don, et l’État n’a rien à y faire.

Pour le consommateur, le geste reste le même, mais avec la certitude que chaque franc de gratification ira intégralement dans la poche de celles et ceux qui ont effectué ce service. On attend maintenant du Conseil fédéral qu’il traduise ce vote dans les textes de lois.



Nicolas PERRENOUD
PRÉSIDENT DE LA SOCIÉTÉ DES CAFETIERS,
RESTAURATEURS ET HÔTELIERS DE GENÈVE

Brèves

JURA BERNOIS - UN MARCHÉ PAYSAN AUTHENTIQUE POUR PETITS ET GRANDS

Cette année, le traditionnel Marché paysan de Loveresse aura lieu le samedi 17 octobre 2026, de 9h à 17h. Cet événement annuel met à l’honneur les produits du terroir et le savoir-faire de la région du Grand Chasseral. Il est organisé conjointement par la Chambre d’agriculture du Jura bernois (CAJB) et la Fondation rurale interjurassienne sur son site de Loveresse. Au programme : vente et dégustations de produits locaux (fromages, pain, charcuteries, miel, spécialités régionales, etc.) et démonstrations artisanales, comme le métier de maréchal-ferrant. Des mets traditionnels seront préparés sur place par l’Union des paysannes du Jura bernois (UPJB). Pour les enfants : ferme pédagogique avec animaux, balades à poneys, ateliers de décoration de courges et stands de maquillage. G. P.
www.frij.ch

LIBRAIRIE GOURMANDE - UN OUVRAGE SAVOUREUX

Avec *À la table des Pairon – Saveurs de saison*, Jennifer et Fabien Pairon, installés à L’Auberge communale du Mont-sur-Lausanne, signent plus qu’un recueil de recettes : une invitation à retrouver le goût du produit juste, cultivé ou élevé près de chez soi. Meilleur Ouvrier de France, Fabien imagine des plats salés précis et vivants, guidés par la nature. Jennifer leur répond avec des douceurs et des cocktails festifs. De cette complémentarité naît un dialogue culinaire généreux, pensé pour les grandes tablées comme pour le quotidien. Au fil des pages, les recettes s’accompagnent de photographies du terroir, de ses paysages et de celles et ceux qui le font vivre. Le livre défend une gastronomie exigeante, mais accessible, respectueuse des produits, des producteurs et de l’environnement. À travers cette cuisine locale, sincère et conviviale, le couple partage un art de vivre : ralentir, rencontrer les artisans de proximité et faire de la table un lieu d’échange. Un ouvrage inspirant qui laisse les saisons guider l’assiette et rappelle que cuisiner, c’est transmettre. *À la table des Pairon – Saveurs de saison*, Jennifer et Fabien Pairon, Éditions Favre, 168 pages, 39 francs. M. M.



GENÈVE - RONIN PRIMEURS EN FAILLITE

La société genevoise Ronin Primeurs a été déclarée en faillite le 15 septembre dernier à la demande du syndicat Unia. L’entreprise, qui doit plus de 6 millions de francs, ne versait plus régulièrement les salaires de certains employés. Fondée en 1969, Ronin, bien connue des restaurateurs du canton, est spécialisée dans les légumes lavés, épluchés et coupés. Rachetée en 2021 par l’entrepreneur Julien Georges, elle a été placée en faillite mi-janvier. La décision a été annulée moins d’un mois plus tard et la société est toujours inscrite au registre du commerce. Parmi les créanciers de l’entreprise, figurent notamment des autorités fiscales, le fonds de compensation AVS et des fournisseurs. M. M.

REMI(COM)

LOCAUX COMMERCIAUX • COMMERCE • ENTREPRISES

CRÉER

ACHETER

VENDRE

GÉRANCE

www.remicom.com

Vous connaissez la RESTAURATION, nous connaissons le marché de la TRANSMISSION !

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

Information à l'attention des membres de la Société des Cafetiers

VOTRE AVIS EST IMPORTANT : ENQUÊTE AUPRÈS DES ÉTABLISSEMENTS GENEVOIS SUR LA CAMPAGNE DE SENSIBILISATION À LA FUMÉE PASSIVE SUR LES TERRASSES

Le Département de la santé et des mobilités (DSM), en collaboration avec la Société des cafetiers, restaurateurs et hôteliers de Genève (SCRHG) et le Groupement professionnel des restaurateurs et hôteliers (GPRH), mène depuis avril 2026 une campagne de sensibilisation visant à réduire l'exposition à la fumée passive sur les terrasses des cafés et restaurants genevois.

Afin d'évaluer cette campagne, l'Office cantonal de la santé (OCS) a mandaté l'institut de recherche gfs.bern pour réaliser une enquête auprès des cafés et restaurants dans le canton de Genève.

Votre expérience est particulièrement importante pour évaluer la mise en œuvre de la campagne et identifier les éventuelles améliorations à apporter.

Nous vous prions de bien vouloir remplir le questionnaire avant le 30 octobre 2026. Vous l'avez reçu dans votre boîte mail le lundi 21 septembre 2026.

Si vous ne disposez pas de terrasse, nous vous invitons néanmoins à participer et à l'indiquer

au début du questionnaire. Le questionnaire prendra alors fin immédiatement. Cette information nous permet de mieux identifier les établissements concernés par la campagne.

Vos réponses sont traitées de manière strictement confidentielle. Votre identifiant sert uniquement à accéder au questionnaire et à gérer votre participation. Les résultats sont présentés sous une forme ne permettant d'identifier ni votre établissement ni les personnes participantes. Les données personnelles sont supprimées dès qu'elles ne sont plus nécessaires. La SCRHG aura accès aux résultats de l'enquête uniquement sous forme agrégée et n'aura pas accès aux réponses individuelles.

Si vous avez des questions sur l'enquête et l'étude, n'hésitez pas à contacter Agnese Zucca chez gfs.bern à l'adresse support@gfsbern.ch ou par téléphone au +41 31 555 23 29.

Nous vous remercions d'ores et déjà pour votre participation.

MODIFICATION LÉGISLATIVE DE LA LOI FÉDÉRALE SUR LA POURSUITE POUR DETTES ET LA FAILLITE (LP) : CONSÉQUENCES POUR LE SECTEUR

Jusqu'au 31 décembre 2024, le recouvrement des impôts et des contributions publiques se faisait dans le cadre de la poursuite par voie de saisie, conformément à l'art. 43, ch. 1 de la Loi fédérale sur la poursuite pour dettes et la faillite (LP). Depuis le 1^{er} janvier 2025, cette disposition a été abrogée, et la poursuite contre les débiteurs inscrits au registre du commerce continue par voie de faillite quand le débiteur est inscrit au RC, ce qui est toujours le cas pour un restaurateur, même en raison individuelle. Cela concerne les créances suivantes : **impôts directs, impôts à la source, TVA, cotisations sociales, droits de douane.**

Les différents créanciers évoqués peuvent ainsi, désormais, agir par la voie de la faillite. De ce fait, depuis quelques mois et de manière encore plus accrue ces dernières semaines, nous avons constaté que de nombreux établissements arrivent en masse à l'office des **faillites**. Nous vous incitons à la plus grande vigilance pour éviter de vous retrouver dans une situa-

tion de faillite en cas de retard de paiement.

Pour protéger votre structure, nous vous recommandons d'appliquer dès à présent les mesures suivantes :

Anticipez la moindre tension de trésorerie : Ne laissez traîner aucun rappel. Dès les premiers signes de difficulté liés au paiement de la TVA ou des charges sociales (comme les cotisations paritaires AVS), analysez votre situation financière.

Agissez dès la notification du commandement de payer : Si vous recevez un commandement de payer d'une instance publique, n'attendez pas la commination de faillite. Prenez immédiatement contact avec le créancier pour négocier un plan de paiement ou un échelonnement.

Sollicitez une aide professionnelle sans tarder : En cas de crise majeure, des outils légaux comme le sursis concordataire permettent de geler temporairement les poursuites et de restructurer vos dettes avant qu'il ne soit trop tard.

Cours DE LA SOCIÉTÉ DES CAFETIERS, RESTAURATEURS ET HÔTELIERS DE GENÈVE

MEMBRES SCRHG : PROFITEZ DE NOS FORMATIONS GRATUITES !

Cet automne, la SCRHG vous propose plusieurs formations pensées pour répondre aux besoins concrets des professionnels de l'hôtellerie-restauration.

L'occasion de développer vos connaissances, d'échanger avec d'autres professionnels et de repartir avec des outils directement utiles dans votre établissement.

Date : Lundi 12 octobre

Horaire : 14h30 – 17h30

Comment être en conformité lors d'un contrôle du PCTN et éviter les erreurs courantes

Faites le point sur vos obligations et préparez-vous sereinement à un éventuel contrôle.

Date : Lundi 16 novembre

Horaire : 14h30 – 17h30

Calcul du prix de vente et calcul du rendement

Maîtrisez les calculs essentiels pour fixer vos prix et mieux connaître la rentabilité de vos produits.

Date : Lundi 30 novembre

Horaire : 14h30 – 17h30

Pourquoi ne pas remettre les fromages de nos régions à votre carte ?

Partez à la découverte des fromages de nos régions et vivez une expérience autour des accords vins-fromages. Une formation pour découvrir, déguster et trouver de nouvelles idées pour valoriser ces produits auprès de votre clientèle.

Les formations des 12 octobre, 16 novembre et 30 novembre sont gratuites pour les membres de la SCRHG.

Date : Lundi 7 décembre

Horaire : 8h30 – 16h15

Formation PCST

Membres : CHF 270.–

Non-membres : CHF 390.–

Renseignements et inscriptions : cours@scrhg.ch

Lors de votre inscription, merci d'indiquer l'intitulé de la formation en objet de votre e-mail.

PLUS DE 2000 ACTIONS CHAQUE SEMAINE SUR ALIGRO.CH

24%

29.²⁴

6 kg

Cacahuètes Bistro grillées et salées

13%

1.¹⁴

1 l

Lait UHT Prima entier 3.5% M.G. ou drink 1.5% M.G., 12 x

14%

1.³⁸

500 g

Raisin blanc sans pépins, d'Italie, 10 x (4.5 kg: 2.73/kg, 16%)

45%

23.⁸⁸

kg

Filet de thon sashimi frais du Pacifique Centre-Est env. 4 kg

27%

23.⁸⁸

kg

Parisienne de bœuf frais de Suisse/Allemagne/Autriche, env. 2.5 kg

DU 12 AU 17 OCTOBRE 2026 - prix Pro hors TVA, rabais déduit

ALIGRO

GAUTMILLAU 2027

Les trentenaires au firmament de la gastronomie suisse

Ils sont jeunes et ils ont un talent fou. Le guide bien connu des Helvètes récompense ces passionnés pour leur excellence aux fourneaux et au service. 84 nouvelles adresses font leur apparition dans cette édition. On vous dit tout sur la Suisse romande.

MANUELLA MAGNIN

Il se nomme Dominik Hartmann et est sacré Cuisinier de l'année au GaultMillau 2027. Dominik Hartmann est né et a grandi à Rickenbach, près de Schwyz. C'est également dans ce village qu'il a ouvert le restaurant Magdalena, avec sa femme Adriana et son ami Marco Appert. Pâtissier et confiseur de formation, le chef s'est perfectionné auprès des grandes toques suisses Andreas Caminada et Fabian Fuchs. En 2021, à l'âge de 29 ans, il a obtenu 17 points au GaultMillau. Le Guide Michelin a attribué deux étoiles à son restaurant, suivies d'un 18^e point au GaultMillau 2025. Aujourd'hui, il est honoré du titre suprême pour sa cuisine d'exception qui sublime le végétal.

Découverte de l'année au GaultMillau 2023, Gilles Varone a obtenu 2 étoiles au Michelin l'an dernier. Il conquiert aujourd'hui son 18^e point et le titre bien mérité de Promu de l'année en Suisse romande. Installé à Savièse, il met un point d'honneur à honorer l'héritage que lui ont légué les chefs anglais étoilés auprès desquels il a fait ses armes. Ses expériences gourmandes en plusieurs actes séduisent bien des gastronomes qui réservent longtemps à l'avance pour

pouvoir s'attabler dans son établissement.

L'Hôte de l'année a déjà été récompensée d'un Michelin Service Award pour l'excellence de son travail en salle. Sarah Benahmed, la compagne du Chef Franck Pelux, fait la joie des épicuriens qui fréquentent la Table du Lausanne Palace. L'établissement gagne aussi son 18^e point.

Dans nos campagnes, c'est le Moulin d'Assens qui est la Découverte romande de l'année. Bien connu des gourmets du Gros-de-Vaud, ce lieu emblématique de la région, longtemps apprécié pour sa rôtisserie, a rouvert ses portes le 14 janvier 2026 après une imposante rénovation. À sa tête : Claryce Monnier et Alexandre Lacoste. Ils se sont rencontrés dans les cuisines de Philippe Chevrier. Un jeune couple à l'avenir prometteur !

 www.gaultmillau.ch



Cuisinier de l'année, Dominik Hartmann. © Rémy Steiner

LES NOUVEAUX DU GUIDE 2027 EN SUISSE ROMANDE

- GENÈVE**
Genève, **L'Escapade**, 14/20, lescapade.ch
Genève, **Gallo**, 14/20, gallogeneve.com
Genève, **Restaurant de la Plage**, 13/20, restoplage.ch
Carouge, **L'Artichaut**, 13/20, artichaut-restaurant.ch
Chêne-Bourg, **Bistrot Collette**, 13/20, bistrotcollette.ch
Conches, **Le Vallon**, 15/20, levallon.ch
VAUD
Assens, **Le Moulin d'Assens**, 15/20, moulinassens.ch
La découverte romande
Borex, **L'Essentiel**, 13/20, restaurant-lessentiel.ch
La Conversion, **L'Auberge de Lavaux**, 12/20, aubergedelavaux.ch
Jongny, **L'Epicurienne**, 13/20, hotel-leman.ch
Lausanne, **Bouca**, 12/20, bouca.ch
Lausanne, **Le Comptoir des Trois Places**, 12/20, lecomptoirdes3places.ch
Lausanne, **Nau**, 13/20, nau-resto.ch

- Lausanne, **Le Berceau des Sens**, 15/20, berceau-des-sens.ch
Montreux, **Brasserie J5**, 13/20, brasseriej5.ch
Rougemont, **Valrose**, 13/20, valrose.ch/fr/hotel-rougemont
VALAIS
Champéry, **Le Centre**, 15/20, lecentre-champéry.ch
Crans-Montana, **Hôtel Six Senses Byakko**, 15/20, byakko-restaurant.com
Zinal, **Espace Weisshorn**, 13/20, espaceweisshorn.ch



Découverte de l'année en Suisse romande, Claryce Monnier et Alexandre Lacoste. © Blaise Kormann

- FRIBOURG**
Charmey, **Baron**, 13/20, lebaronrestaurant.ch
NEUCHÂTEL
Neuchâtel, **Brasserie Le Jura**, 12/20, brasserielejura.ch
Neuchâtel, **La Dispensa**, 13/20, la-dispensa.ch
BERNE
Prêles, **Côte d'Orée**, 13/20, lacotedoree.ch

CEUX QUI MONTENT D'UN POINT

- GENÈVE**
Genève, **Club 21**, 15/20
Genève, **Au Coin du Bar**, 13/20
Genève, **Roberto**, 14/20
Genève, **Le Jardinier**, 16/20
Carouge, **Le Bistrotet**, 14/20
Plan-les-Ouates, **Café de la Place**, 15/20
VAUD
Lausanne, **La Table du Lausanne Palace**, 18/20
Hôte de l'année
Lausanne, **Café Beau-Rivage**, 15/20
Lausanne, **La Brasserie du Grand-Chêne**, 13/20
Lausanne, **Le Déci**, 14/20
Aigle, **La Pinte du Paradis**, 14/20
Gryon, **L'Ancolie**, 14/20
Penthaz, **Radici**, 13/20
Rougemont, **Hôtel de Commune**, 13/20
Nyon, **La Table du 10**, 14/20
VALAIS
Savièse, **Gilles Varone**, 18/20
Le Promu romand
Crans-Montana, **Le MontBlanc**, 17/20
Crans-Montana, **Le Partage**, 15/20
Les Evouettes, **L'Oxalis**, 15/20
Grimentz, **La Table d'André**, 15/20

- Haute-Nendaz, **Au Vieux Nendaz**, 14/20
FRIBOURG
Fribourg, **Le Pérolles**, 17/20
Bulle, **Com'ça**, 15/20
Charmey, **Hôtel Cailler Quatre Saisons**, 15/20
Lugnorre, **Auberge des Clefs**, 14/20
NEUCHÂTEL
Neuchâtel, **Grains de Sel**, 14/20
Neuchâtel, **Hôtel du Peyrou**, 15/20
Hauterive, **Auberge d'Hauterive**, 15/20
La Chaux-de-Fonds, **Luciole**, 15/20
Saint-Blaise, **Le Bocca**, 16/20
JURA
Bonfol, **La Cuisine de l'Apothicaire**, 14/20
Les Genevez, **Le Prédame flora**, 16/20
BERNE
Perrefitte, **La Table de Mika**, 15/20

Knut Schwander : «Un bon guide est l'ami de son lecteur»

Après 27 ans à la tête de GaultMillau Suisse, Knut Schwander quittera ses fonctions à la fin de l'année. À l'occasion de sa dernière édition, *Le Cafetier* l'a interrogé non pas sur le palmarès à venir, mais sur les coulisses du guide, son identité, son indépendance et la manière dont son regard sur la restauration suisse a évolué.

PROPOS RECUEILLIS PAR SANDRINE PALLY

Après 27 ans, vous quitterez GaultMillau à la fin de cette année. Pourquoi maintenant?

Après 27 ans, arrive un moment où il faut passer à autre chose. Cela ne veut pas dire que je me désintéresse de GaultMillau ou de la gastronomie, bien au contraire. Mais je pense qu'il faut, à un moment donné, laisser la place à de nouvelles sensibilités.

Quel est encore le rôle d'un guide comme GaultMillau aujourd'hui?

Je pense que GaultMillau, comme les rares autres guides réalisés de manière journalistique, sans être soutenus par des restaurateurs ou par des acteurs influents de la branche, a plus que jamais sa place. Le public est aujourd'hui assailli d'informations, qui peuvent être tronquées. Dans ce contexte, un guide gastronomique indépendant, qui raconte l'évolution et la vie de la gastronomie suisse, conserve toute sa pertinence. Bien sûr, le guide doit s'adapter. Nous avons aujourd'hui, parallèlement au guide, GaultMillau Channel, qui permet de garder un lien quotidien avec le monde de la gastronomie.

GaultMillau est présent dans toute la Suisse. Comment conserver une cohérence nationale alors que les cultures gastronomiques sont très différentes d'une région à l'autre?

La Suisse est un cas particulier et il est relativement compliqué de rester totalement cohérent. Cela demande une attention supplémentaire. Il existe clairement trois cultures gastronomiques en Suisse. Pour les tables plus accessibles, nous n'aurons pas forcément les mêmes attentes de part et d'autre du Röstigraben ou en Suisse italienne. Si nous publions en Suisse romande un Top 10 des schnitzels, par exemple, ce sera probablement un flop. En Suisse alémanique, ce sera un grand succès. Il faut donc être attentif aux sensibilités locales et s'adresser au public qui nous lit.

En revanche, lorsqu'on arrive dans la très haute gastronomie, avec des tables à 17, 18 ou 19 points, une évolution internationale s'est développée. Elle permet de juger ces établissements selon des critères qui dépassent leur environnement immédiat.

L'identité régionale disparaît-elle alors dans les grandes tables?

Non. Lorsqu'elle existe, elle est simplement interprétée d'une autre manière. La tradition n'est absolument pas exclue.

Je me souviens par exemple d'avoir mangé du haggis dans une très grande table à Édimbourg. C'est un plat qui peut faire peur et pourtant c'était une véritable délectation.

Il en va de même dans une grande table suisse : elle peut naturellement travailler des produits locaux, mais elle va les interpréter d'une manière qui n'est plus strictement traditionnelle. C'est ce qui permet à un public très divers d'apprécier cette cuisine.

Vous avez également élargi l'univers de Gault-Millau avec des catégories comme POP. Pourquoi?

POP concerne des tables simples, immédiates, avec une offre souvent plus limitée et qui n'ont pas nécessairement vocation à entrer dans le guide traditionnel. Le suivi est différent. Toutes les tables notées du guide sont visitées chaque année. Cela permet no-



Knut Schwander. © DR

tamment de suivre l'évolution d'un chef ou d'un établissement au fil du temps. Pour une adresse POP qui propose, par exemple, d'excellents smash burgers, il n'est pas nécessaire de retourner chaque année vérifier exactement la même chose.

POP répond aussi à une logique très urbaine. À côté de cela, nous pouvons parler sur GaultMillau Channel d'adresses situées en montagne ou à la campagne sous forme de découvertes ou de coups de cœur. La démarche n'est pas la même : une excellente fondue au sommet d'une montagne peut devenir une destination en soi.

Les habitudes ont changé. On ne va plus uniquement au restaurant comme une sorte de cérémonie pour célébrer une grande occasion. Entre deux passages dans de grandes tables, les gens cherchent aussi des endroits sympathiques, novateurs, accessibles et surprenants.

Quelle est justement la ligne éditoriale propre à GaultMillau? Qu'est-ce qui différencie votre regard de celui d'autres guides?

D'autres guides tendent à faire croire à une totale objectivité. GaultMillau a toujours assumé une certaine subjectivité. Cela remonte à ses fondateurs, Henri Gault et Christian Millau. À l'origine, leurs textes étaient extrêmement ciselés, parfois corrosifs, et cette notion de subjectivité était très présente.

Les temps ont évidemment changé. On ne peut plus considérer les restaurateurs aujourd'hui comme on pouvait le faire dans les années 1970. Mais l'idée reste celle de partager de bonnes adresses. Pour moi, trois choses sont essentielles. D'abord, le sens de la découverte : aller chercher les nouveautés et les pépites. Ensuite, le respect du restaurateur : il ne s'agit jamais d'aller démolir un restaurateur ou sa démarche. Enfin, et c'est tout aussi important, ne jamais être complai-

sant. Un guide doit rester indépendant et parler avant tout à ses lecteurs.

Un bon guide partage ses meilleures adresses comme il le ferait avec un ami.

La créativité est-elle toujours au cœur de cette sélection?

Oui, c'est même une idée essentielle. GaultMillau est né en même temps que ce que l'on appelait la Nouvelle Cuisine. Depuis sa création, le guide s'est attaché à mettre en valeur les tables qui cherchent à progresser et à ouvrir de nouveaux horizons.

La créativité constitue véritablement la colonne vertébrale du guide. Cela ne signifie pas que la tradition soit exclue, absolument pas. Mais cette tradition doit elle aussi pouvoir s'adapter aux attentes de son époque.

C'est ce qui explique une ouverture aux influences culinaires venues du monde entier?

Oui. Il nous paraît essentiel de nous adresser à un public d'aujourd'hui, un public épicurien. Si une cuisine intègre des influences asiatiques, sud-américaines ou africaines, dès lors qu'elles sont maîtrisées et utilisées avec pertinence, c'est exactement ainsi que la cuisine évolue et que l'identité culinaire se développe. Ce qui est important, en revanche, c'est de ne pas simplement suivre les modes. Dans l'idéal, il faut plutôt essayer de les devancer.

GaultMillau juge-t-il uniquement ce qui se trouve dans l'assiette?

À l'origine, GaultMillau juge la cuisine, donc ce qui se trouve dans l'assiette. Mais avec le temps et l'évolution de la gastronomie, les attentes ont changé. Le service fait évidemment partie intégrante du moment passé au restaurant. Dans une grande table, le rôle du sommelier peut être extrêmement important et changer complètement la perception d'un repas. Plus largement, la gastronomie s'étant complexifiée, un bon service doit pouvoir accompagner le client et lui donner les clés de ce qu'il a dans son assiette. Si le serveur attire simplement votre attention sur un ingrédient ou vous explique pourquoi deux éléments se répondent dans une assiette, cela peut réellement changer la dégustation.

Les codes se sont peut-être simplifiés, le cérémonial est moins présent, mais l'humain reste essentiel. Le service doit être pertinent, immédiat, et savoir donner ces deux ou trois mots qui feront la différence.

Parce qu'il faut aussi se rappeler qu'on ne va pas au restaurant uniquement pour se concentrer sur l'assiette. On y va en couple, entre amis, pour passer un moment. C'est cet équilibre qu'il faut préserver.

Annonces

RESTAURANT À REMETTRE

- **Cession** : Vente du fonds de commerce comprenant le nom, la clientèle, l'aménagement intérieur, le matériel de cuisine complet, le mobilier, le comptoir bar et le droit au bail.
- **Condition** : Le transfert formel du bail commercial par la Régie (Livit SA)
- Il est strictement conditionné à la signature préalable de la convention privée de rachat du fonds de commerce.
- **Adresse** : Place Saint-Gervais 1, 1201 Genève
- Arcade au rez-de-chaussée avec cuisine équipée, bar, salle de restaurant, dépôts au sous-sol + 2 places de parc intérieures (n° 104 et n° 413).
- **Salle intérieure (~40 places)**
+ **terrasse couverte extérieure (~36 places).**
- **Loyer (Loyer brut + TVA 8.1 %) : CHF 7 804,85 / mois**
- **Inclus 2 places de parking**
- **Prix : CHF 550 000.-**
- Faire parvenir un mail à **Bomatex.suisse@gmail.com**



PUBLIREPORTAGE

UN WEEK-END GOURMAND ET LUDIQUE À CERNIER

Le traditionnel marché du terroir de Cernier, dans le Val-de-Ruz, aura lieu cette année le week-end des 24 et 25 octobre prochains, sur le site du Mycorama. Une dizaine d'encaveurs, ainsi qu'une quinzaine de producteurs et d'artisans, seront présents pour présenter et partager leurs produits certifiés Neuchâtel Vins et Terroir. Plusieurs ateliers sont également prévus pour divertir grands et petits.



Au programme : vente et dégustation de vins et de produits de la région (fromages, pains, miel, liqueurs, poissons, viande et volaille de la ferme, etc.); ateliers créatifs, animés par les paysannes du Val-de-Ruz et la Fondation Alfaset ; fabrication de bougies en cire d'abeille et balades à dos de poney (le dimanche). Le traiteur Les Cinq Sens permettra aux visiteurs de se restaurer sur le marché avec des produits frais et de saison.

Un site particulièrement accueillant
Ce marché, qui gagne chaque année en visibilité et en popularité, en est à sa 30^e édition. «Les premières avaient été organisées dans le château de Boudry, avant de déménager sur le très beau site du Mycorama», nous a précisé Mireille

Bühler, la directrice de Neuchâtel Vins et Terroir (NVT). Inauguré en 2007, le Mycorama se compose de différents espaces modulables, très spacieux, répartis sur trois étages. Le bâtiment est doté d'une magnifique terrasse extérieure, avec vue imprenable sur le Val et les Alpes.

«Le marché est très convivial et particulièrement adapté à une visite en famille. Tout est fait pour occuper les enfants», précise encore Mireille Bühler. L'entrée est libre. Des places de parc en grand nombre sont à la disposition des hôtes de la manifestation. La liste complète des exposants peut être consultée sur le site Internet de NVT.

 [//neuchatel-vins-terroir.ch](http://neuchatel-vins-terroir.ch)

TRÉSORS DE NOS TERROIRS

L'ETIVAZ AOP

L'ETIVAZ AOP EST UN FROMAGE D'ALPAGE À PÂTE DURE À CROÛTE EMMORGÉE, PRODUIT À BASE DE LAIT CRU PENDANT LA SAISON D'ESTIVAGE, DE LA MI-MAI À LA MI-OCTOBRE. SON GOÛT EST ÉPICÉ ET FRUITÉ, S'AFFIRMANT AU FIL DE SA MATURATION. LES PREMIÈRES TRACES DE SA FABRICATION DANS LES ALPAGES DU PAYS-D'ENHAUT, REMONTENT AU XII^E SIÈCLE. L'ORIGINE DE SON NOM EST D'AILLEURS ISSUE DU MOT «ESTIVAGE».

«Chez nous, nous ne parlons pas de producteurs, mais de familles. Elles sont au nombre d'une septantaine. Nos fromagers ne sont pas des professionnels. Ils se transmettent leur savoir de génération en génération, perpétuant ainsi une très ancienne tradition. Les jeunes prennent régulièrement le relais de leurs anciens», explique Sophie Guyet, responsable marketing de la coopérative.



UNE FLORE D'UNE RARE RICHESSE
Elle précise encore : «Nos exploitations sont situées sur des alpages vierges où la flore est d'une rare richesse. Elle joue un rôle déterminant dans les saveurs de nos fromages, obligatoirement préparés au feu de bois. En ramassant le bois mort, nos fromagers contribuent en outre à la santé des forêts et des herbages». Ajoutons que tous les fromages sont affinés sur des planches d'épicéa, dans les caves de la coopérative qui

sont ouvertes aux visiteurs, dans le village de L'Etivaz.

C'est en 1999 que L'Etivaz obtint son AOP. Chaque année, quelque 450 tonnes de fromage sont mises sur le marché. Rien à voir, quantitativement, avec le Gruyère ou le Vacherin fribourgeois. Mais c'est cette production relativement modeste qui fait toute l'authenticité, l'attrait et le prestige de ce «rare» et gourmand fromage d'alpage.

ACIDES GRAS INSATURÉS ET OMÉGA-3
L'Etivaz s'exporte-t-il? «Oui, surtout en France, et dans une moindre mesure au Benelux et en Allemagne», nous a confié Sophie Guyet. Ce délicat fromage, sans lactose, riche en acides gras insaturés et en oméga-3, se savoure en rebibes ou en fondue. Le site de la coopérative propose de très nombreuses recettes pour l'utiliser.

GEORGES POP

 www.aop-igp.ch

FEU VIF

LES CHOIX DERRIÈRE
LES CHIFFRES

UN RESTAURANT SE JOUE AUTANT DERRIÈRE LES FOURNEAUX QUE DANS LES CHIFFRES. À CHAQUE NUMÉRO, **FEU VIF** PART D'UNE PROBLÉMATIQUE CONCRÈTE POUR DÉCRYPTER, AVEC UN PROFESSIONNEL DU SECTEUR, LES CHOIX QUI FONT – OU DÉFONT – LA PERFORMANCE D'UN ÉTABLISSEMENT.

SANDRINE PALLY

Une salle pleine est-elle vraiment une bonne affaire?

Une terrasse bondée, des tables qui tournent et pourtant une journée moyenne côté caisse. En restauration, le taux de remplissage reste un indicateur rassurant – mais parfois trompeur. Entre ticket moyen, coût matière, personnel et saisonnalité, faire plus de couverts ne signifie pas nécessairement gagner davantage.

« Pendant la canicule, nous pouvions avoir beaucoup de monde, mais les clients consommaient beaucoup d'eau et peu de vin », raconte Julien Mégevand, du Café de l'Étoile. La salle est pleine, les marges restent correctes, mais le chiffre d'affaires journalier recule. À l'automne, avec la chasse, c'est presque l'inverse : moins de clients, des marchandises plus coûteuses, mais un ticket moyen qui peut plus que doubler.

Son premier indicateur est donc le ticket moyen. Mais là encore, gare aux conclusions trop rapides. Un ticket élevé ne dit rien du coût nécessaire pour le produire. Deux services réalisant le même chiffre d'affaires peuvent mobiliser des équipes, des marchandises et un nombre d'heures radicalement différents.

Une table vide est une capacité perdue
C'est précisément le problème auquel l'hôtellerie répond depuis longtemps avec le concept de « revenue management ». Une chambre invendue ce soir représente une capacité définitivement perdue. Une table restée vide à 20 heures aussi.

Plutôt que de regarder uniquement le taux d'occupation, le revenue management croise demande, saisonnalité, historique ou événements afin d'optimiser une capacité limitée. Transposée au restaurant, la question change : non plus « Sommes-nous complets? », mais « Quelle valeur avons-nous générée avec les sièges et les heures dont nous disposons? »

Cela invite à dépasser le nombre de couverts pour observer la marge par couvert, le revenu généré par siège disponible et par heure, ou encore la productivité par heure travaillée.



Julien Mégevand, propriétaire et exploitant du Café de l'Étoile.

La géographie change aussi l'équation
Au Café de l'Étoile, un autre facteur compte : la campagne. Pour Julien Mégevand, la qualité du produit est précisément le poste sur lequel il refuse de rogner.

Hors des grands flux urbains et touristiques, une adresse dépend davantage d'une clientèle qui choisit spécifiquement de faire le déplacement et, surtout, de revenir. La fidélité et la réputation deviennent alors des variables économiques à part entière. Une économie réalisée sur la marchandise peut améliorer immédiatement un ratio, mais coûter beaucoup plus cher si elle dégrade l'expérience et fait perdre un habitué.

Cette logique permet aussi de regarder différemment les journées moins performantes. « Un nouveau client aujourd'hui peut créer de la rentabilité pour les prochaines années », souligne Julien Mégevand. Le rendement d'une table ne se mesure donc pas nécessairement à l'addition du soir : il existe aussi une valeur du client dans le temps, faite de visites répétées et de bouche-à-oreille.

Quand la météo entre dans l'équation
Julien Mégevand compare ses résultats à l'année précédente en intégrant un autre facteur très concret : la météo.

Cette intuition empirique devient aujourd'hui une donnée de pilotage : historiques de ventes, météo, jours fériés, événements ou saisonnalité peuvent être croisés pour mieux anticiper fréquentation, besoins en personnel et quantités à préparer.

Car 30°C ne signifie pas simplement « plus de terrasse ». Cela peut vouloir dire plus de couverts, moins de vin, davantage de plats froids et un ticket moyen inférieur. La météo cesse alors d'expliquer les résultats a posteriori : elle contribue à les anticiper.

Cela invite à dépasser le nombre de couverts et à croiser ticket moyen, marge, temps d'occupation et productivité par heure travaillée.

LE CHIFFRE
Au Café de l'Étoile, le ticket moyen peut plus que doubler entre la carte d'été et la saison de la chasse. Preuve que la fréquentation seule ne raconte pas toute l'histoire : moins de couverts peuvent parfois générer davantage de valeur. Le ticket moyen devient alors un indicateur plus parlant pour comprendre la réalité d'un service.

L'INDICATEUR – LE RevPASH
Plutôt que de regarder uniquement le taux d'occupation, le revenu par siège disponible et par heure mesure la valeur réellement générée par la capacité du restaurant. Inspiré du revenue management hôtelier, il croise chiffre d'affaires, nombre de sièges et temps disponible : une autre manière de regarder une salle pleine... ou vide.

LE CONSEIL – LEVER LES YEUX DES CHIFFRES
Un client n'est pas seulement un ticket moyen ou un siège à rentabiliser. Celui qui dépense peu aujourd'hui peut revenir demain, devenir un habitué et recommander l'adresse. La restauration n'est pas un business comme un autre, que l'on peut piloter uniquement par les chiffres : l'accueil, la fidélité et la relation humaine créent aussi de la valeur – simplement plus difficile à mesurer.

Alloboissons, une «success-story» familiale

Basée à Givisiez, près de Fribourg, mais répartie sur seize sites, l'entreprise familiale Alloboissons est devenue en quelques décennies un poids lourd dans le commerce de bières, vins, spiritueux et boissons sans alcool, en Suisse romande et au-delà.

GEORGES POP

La maison propose aujourd'hui un assortiment de plus de 3000 boissons, aussi bien à une clientèle privée que professionnelle, hôtels, restaurants, commerces, bureaux, etc.

« Mes grands-parents paternels étaient propriétaires d'une épicerie, dans le village de Treyvaux. Ils étaient un peu pionniers dans leur domaine, car ils livraient déjà des produits dans les alpages, ce qui n'était pas du tout courant à l'époque. Mais ce sont mes parents, Freddy et Lise-Marie, qui ont créé l'entreprise, un peu par hasard, car ils avaient initialement le projet d'ouvrir une quincaillerie », raconte François Quartenoud. Charismatique, Ingénieur de formation, c'est lui qui, depuis 2018, tient la barre du groupe aux activités multiples, avec le renfort, dans certains secteurs, de ses parents, de son frère et de ses deux sœurs.

Des débuts modestes et discrets

Il raconte : « Mon papa donnait souvent un coup de main à l'épicerie de mes grands-parents. C'est ainsi qu'il eut l'occasion de croiser les responsables de l'époque de la maison Henniez qui avaient acquis une petite entreprise de distribution, St. Ropraz SA, dont ils voulaient se séparer. L'affaire fut conclue, et c'est ainsi que tout a démarré. C'était en 1979, avec juste

trois collaborateurs. Depuis, on a fait passablement de chemin... ».

Et quel chemin ! Alloboissons emploie aujourd'hui près de 180 collaborateurs. De son grand centre logistique automatisé de Givisiez, inauguré en 2012, une noria de camions sillonne quotidiennement le territoire pour répondre à une demande croissante. « En voyant passer nos poids-lourds, certains peuvent penser que nous ne fournissons nos boissons qu'à de gros clients. Mais ce n'est pas le cas ! Nous avons 30 000 clients privés que nous livrons à domicile. C'est une part de notre clientèle à laquelle nous tenons beaucoup », souligne François Quartenoud.

La passion du vin

En dépit d'une baisse constante de sa consommation, depuis plusieurs années, le vin, suisse mais aussi importé, reste un des produits phare de l'entreprise. Le maître des lieux y est très attaché et se décrit lui-même comme « œnophile enthousiaste », formule souriante qu'il utilise sous sa signature directoriale dans sa correspondance.

Cet amour du vin s'exprime au sein du Club DIVO, le plus ancien club de vin de Suisse, fondé en 1936, que le distributeur fribourgeois a acquis en 2017. Les œnologues du club sélectionnent pour les membres



François Quartenoud - ici dans le grand centre logistique automatisé de Givisiez - dirige l'entreprise familiale depuis 2018.
© Le Cafetier

des crus authentiques, souvent issus de petits producteurs, de terroirs spécifiques ou de cépages autochtones rares. Bien que DIVO conserve son identité propre, son administration et sa logistique sont désormais sous l'autorité de François Quartenoud. Et le directeur d'Alloboissons y tient comme à la prunelle de ses yeux...

VOS partenaires POUR LA ROMANDIE

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

CHAMPAGNE



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



GENÈVE



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



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

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

PAYEMENT



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

TRANSPORT



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

FRITEUSE



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

NOURRITURE



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

PRODUITS SURGELÉS



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

BIÈRE



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



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



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



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



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 BELL SUISSE SA
Rue Champ-Blanchod 13
1228 Plan-les-Ouates
T. +41 58 326 96 00
vente@gastrobouchერიemolard.ch
www.bouchერიemolard.ch

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
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
VENDREDI 6 AU LUNDI 9
NOVEMBRE 2026
L'événement dédié aux
professionnel·les de la gastronomie
et de l'hospitality
www.cooknpro.ch

CUISINE



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

GEHRIGGROUP



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

FROMAGE



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



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

IMMOBILIER



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

EFFERVESCENT



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



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

CAVIAR



DÈS 1987
PALAIS ORIENTAL
Quai E. Ansermet 6
1820 Montreux
T. +41 21 963 12 71
www.palaisoriental.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

VENDANGES 2026

Un millésime magistral

Il a fait chaud, très chaud à la vigne. Si les quantités récoltées sont historiquement faibles, les crus estampillés 2026 devraient faire longtemps parler d’eux dans les annales viticoles du canton. Petit tour d’horizon alors que les fermentations battent leur plein en cave.

MANUELLA MAGNIN

Le vignoble genevois a entamé les vendanges 2026 dès la deuxième quinzaine du mois d’août avec un état sanitaire parfait. «C’est un record de précocité pour plusieurs vigneron·nes du canton. En amont des vendanges, les acteurs et actrices du vignoble ont dû faire face aux aléas climatiques : un millésime solaire avec plusieurs vagues de chaleur ainsi que quelques épisodes de grêles sur certains secteurs du canton. Le manque d’eau général a contraint la vigne à puiser dans ses réserves», commente Dorian Pajic, œnologue cantonal.

Un soleil radieux, des raisins certes en faible quantité, mais d’une qualité rarement égalée... De quoi redonner le sourire à une profession dont le moral est en berne en raison de la chute de la consommation et de la féroce concurrence des importations? Off the record, l’ambiance est un peu mi-figue, mi-raisin, même si l’on tient à entrevoir l’avenir avec un souffle d’optimisme. Bien sûr, moins de jus en cave, c’est aussi moins de vin à écouler.



Vendanges 2026. © Photos Amélie Descloux



Une aubaine? «Pour beaucoup de vignerons, l’année s’annonce extrêmement difficile, avec moins de revenus», nuance Jérôme Leupin, directeur de la Cave de Genève.

Bon an, mal an, Josef Meyer du Château du Crest à Jussy, produit quelque 250 000 flacons. «Cette année, ce sera plutôt 160 000. Les rouges seront sublimes et on a bien géré les blancs pour éviter des taux de sucre trop importants. La fraîcheur sera au rendez-vous sur notre Chasselas!», promet le producteur.

Au Domaine des Perrières à Peissy, Frédéric Rochaix insiste sur la nécessaire anticipation qu’il a fallu mettre en place à la vigne pour tirer le meilleur parti des blancs. Une attention de tous les instants qui a entraîné une charge de travail supplémentaire. «Mais qualitativement, cela va être une année assez fabuleuse pour les cépages rouges.» Quant à son confrère Marc Ramu du Clos des Pins à Dardagny, il se souviendra longtemps de sa 44^e vendange : «On a dû jongler avec les degrés Cœhslé. La densité des rouges s’annonce historique. Sur les blancs, on ne fait pas de fermentation malolactique pour garder un maximum de fraîcheur».

 www.geneveterroir.ch



LA RESTAURATION, UN SECTEUR PHARE

Il y a eu la belle époque des bistrots de quartiers où l’on prenait un verre au comptoir. Les temps changent, les générations et les modes de consommation aussi. Mis à part des événements comme la Fête des vendanges à Russin qui a drainé fin septembre son lot d’œnophiles de tous âges, le midi, c’est l’eau qui trône sur les tables. Le soir, les cocktails avec ou sans alcool ont le vent en poupe. Et les messages hygiénistes ne poussent pas à la consommation, bien au contraire.

D’un producteur et d’une cave à l’autre, on reconnaît l’importance d’une excellente collaboration avec

les restaurateurs du canton. Pour Marc Ramu, ce secteur représente la moitié des ventes. Pour Josef Meyer, comme pour Jérôme Leupin, il s’agit d’une véritable vitrine. Une bouteille vendue dans un établissement de la place ramène presque toujours de la clientèle à la cave.

Une bonne raison de se serrer les coudes pour faire fonctionner l’économie locale et partager la richesse d’un sublime terroir qui n’a rien à envier aux plus belles régions viticoles du monde.



Marc et Antonin Ramu. © DR

DOSSIER



La Zagg, un salon incontournable pour l’hôtellerie et la restauration

La Zagg de Lucerne, le grand salon professionnel suisse consacré à l’hôtellerie, la restauration et la restauration collective, a lieu tous les deux ans.

PROPOS RECUEILLIS PAR GEORGES POP

Cette année, la manifestation donne rendez-vous aux professionnels du secteur du 25 au 28 octobre prochains à la Messe Luzern, le grand parc des expositions de la ville. Suzanne Galliker dirige ce salon depuis 2010. Elle espère que les visiteurs romands viendront en nombre.

Quelle est l’histoire et quels sont les objectifs de votre manifestation ?

Le Salon – connu sous l’acronyme Zagg – a été fondé en 1981 par quatre professionnels du secteur passionnés. À l’origine, ce salon professionnel devait permettre à un maximum de 12 entreprises d’exposer leurs produits. Toutefois, dès sa première édition, la Zagg a suscité un vif intérêt de la part des entreprises ; le comité d’organisation a donc dû rechercher un lieu plus vaste après trois éditions. C’est en 1986 que la Zagg s’est tenue pour la première fois au parc des expositions de Lucerne ; il est désormais établi depuis exactement 40 ans sur le site de l’Allmend, à Lucerne.

Depuis ses débuts, la Zagg a pour objectif d’offrir au secteur de la restauration et de l’hôtellerie une plateforme d’échange professionnel, de présentation de produits et de transfert de connaissances. Apprécié pour son ambiance conviviale, ce salon rassemble les acteurs du secteur depuis des décennies, soutient la relève et constitue une plateforme incontournable de réseautage et d’information pour tous les professionnels, actuels et futurs, de la restauration et de l’hôtellerie suisses.

Qui sont les exposants et les visiteurs de la Zagg ?

La Zagg s’adresse aux professionnels et aux acteurs clés de l’ensemble des secteurs de la restauration et de l’hôtellerie. Il offre un panorama unique du

secteur, riche d’une grande diversité de produits alimentaires, de services et de technologies. Exposants de longue date et nouvelles entreprises y présentent des produits, services et solutions couvrant des domaines variés : ambiance et atmosphère, formation, services, café et thé de qualité, boissons, alimentation sous toutes ses formes, développement durable, vente à emporter et livraison, ainsi que technologie et productivité. Le public se compose de professionnels issus des secteurs de la boulangerie-pâtisserie-confiserie, de la restauration collective, de l’hôtellerie, de la boucherie, de la restauration traditionnelle, de la vente à emporter et du traiteur.

Quels sont, selon vous, les thèmes phares de cette nouvelle édition ?

À proprement parler, la Zagg ne se concentre pas sur une thématique unique définie pour chaque édition. Il nous tient toutefois à cœur d’adapter en permanence le salon, l’offre présentée et le programme d’accompagnement aux besoins changeants du secteur, tout en intégrant les sujets d’actualité de la profession. Nos exposants y dévoilent tendances et nouveautés, offrant ainsi aux jeunes professionnels une plateforme pour étoffer leur réseau, démontrer leur savoir-faire et élargir leurs horizons.

Par ailleurs, diverses associations et organisations professionnelles choisissent délibérément la Zagg pour organiser leurs congrès et événements spécialisés, tels que le Next Gen Award, le Food Impact Forum et la rencontre des formateurs en gastronomie du canton de Lucerne. Ces initiatives soulignent le rôle de la Zagg en tant que lieu de rencontre incontournable pour la gastronomie et l’hôtellerie suisses, ainsi que comme plateforme



Suzanne Galliker. © DR

d’échange sur les enjeux du secteur et de mise en réseau des professionnels.

Cette année, nous célébrons toutefois un temps fort tout particulier : les « 40 ans de Zagg à Lucerne ». Depuis quatre décennies, les professionnels se retrouvent à Lucerne pour commercer, se former et entretenir leur réseau, le tout dans une atmosphère empreinte d’une convivialité unique. Cet anniversaire témoigne avec force et beauté de la pertinence des salons professionnels.

Quelle place accordez-vous aux nouvelles technologies et à la durabilité

Les nouvelles technologies et la durabilité occupent une place prépondérante dans les secteurs de la restauration et de l’hôtellerie. Il nous tient donc à cœur de refléter ces thématiques lors du salon, à travers la diversité de

l’offre proposée par nos exposants. La durabilité est également au centre des débats du « Food Impact Forum ». Lors de cet événement professionnel organisé en parallèle, des experts se penchent notamment sur la question de l’empreinte écologique des produits suisses.

Que souhaiteriez-vous dire aux visiteurs potentiels de Suisse romande ?

Qu’ils sont les bienvenus à la Zagg et que je me réjouis d’accueillir des visiteurs romands à Lucerne. Notre salon est un lieu de rencontre pour tous les professionnels de la restauration et de l’hôtellerie suisses ; bien que l’événement se tienne en Suisse centrale, les échanges professionnels transcendent la barrière des langues.

PUBLIREPORTAGE

GLORY GLOBAL SOLUTIONS
PLUS DE TEMPS POUR LE
CLIENT : COMMENT LES
TECHNOLOGIES INTELLIGENTES
SOUTIENNENT LA
RESTAURATION

La restauration suisse est confrontée à de nombreux défis. Pénurie de personnel qualifié, hausse des coûts et exigences croissantes des clients obligent les établissements à gagner en efficacité tout en maintenant un service de qualité. Simplifier les processus et soulager les équipes est devenu un facteur clé de succès.

Les solutions d'automatisation offrent de nouvelles possibilités. Les bornes de commande en libre-service permettent de commander rapidement, réduisent les temps d'attente et améliorent la fluidité du service, notamment pendant les heures de pointe. Les clients bénéficient d'un processus simple et flexible, tandis que les établissements utilisent leurs ressources de manière plus ciblée. Ces solutions favorisent également les ventes additionnelles et améliorent l'expérience client.

Les concepts de vente automatisée (vending) gagnent eux aussi en importance. Dans les hôtels, les espaces de loisirs ou les points de vente à l'emporter permettent d'élargir l'offre et de générer des revenus complémentaires, même en dehors des heures d'ouverture traditionnelles.

Le paiement constitue également un élément essentiel du parcours client. Aujourd'hui, les consommateurs



souhaitent choisir librement leur moyen de paiement. Cartes, paiements mobiles et portefeuilles numériques font partie du quotidien. Parallèlement, l'argent liquide conserve une place importante en Suisse. Proposer plusieurs moyens de paiement contribue à répondre aux attentes des clients et à offrir une expérience fluide jusqu'à l'encaissement.

La gestion des espèces peut toutefois représenter une charge administrative importante. Les solutions modernes de cash management automatisent le comptage, le contrôle et la sécurisation des fonds. Elles réduisent les

tâches manuelles, renforcent la sécurité et simplifient les opérations de clôture. Les collaborateurs disposent ainsi de davantage de temps pour se consacrer à l'accueil et au service.

De la commande au paiement, en passant par les solutions de vente automatisée et la gestion des espèces, les technologies intelligentes contribuent à optimiser les processus tout en améliorant l'expérience client.

 www.glory-global.com





**LA COMBINAISON
PARFAITE**

— entre précision artisanale,
qualité supérieure et goût authentique,
pour une gastronomie exigeante —



lapasteria.hilcona.com

La durabilité au cœur des préoccupations

Quelles perspectives pour l’avenir de la gastronomie suisse ? ZAGG ouvre le débat le 27 octobre avec un panel d’experts. Parmi eux, Bruno Rossignol, ancien Responsable restauration et commerces de l’EPFL durant près de 8 ans. Interview.

PROPOS RECUEILLIS PAR MANUELLA MAGNIN

Dans tous les univers du quotidien, la durabilité revient comme un leitmotiv. De quoi parle-t-on exactement dans le secteur de la restauration ?

La durabilité ne se résume pas simplement à une empreinte carbone, ou à mettre davantage de végétal dans les assiettes. C’est un ensemble. Il faut regarder ce qu’on achète, ce qu’on cuisine, ce qu’on sert. Mais aussi ce que les gens choisissent réellement et puis ce qu’on jette à la fin. La durabilité comporte une dimension environnementale, nutritionnelle, économique et aussi sociale. C’est un tout. Dire qu’un



Bruno Rossignol. © DR



restaurant est durable ne suffit plus. Il faut être capable de le mesurer.

Vous avez occupé des postes de Chef exécutif dans la restauration de collectivité, et avez assumé la fonction de Responsable de la restauration et commerces de

l’EPFL, quelles réflexions concrètes en avez-vous tiré ?

Que sans données précises, on ne peut pas progresser ! Tout en sachant que l’on n’est pas dans la vérité absolue. Les scientifiques le disent d’ailleurs : ce qu’on sait aujourd’hui sur l’impact carbone de tous les produits consommés

équivalait à 50% de la vérité. Les impacts environnementaux sont réanalysés en permanence. Et l’on ne parle même pas de l’euthropisation des sols en raison de leur surexploitation et de la pollution par les microplastiques... Ma fiche de route à l’EPFL a donc été de faire un état des lieux. Avec l’aide

PUBLIREPORTAGE

RATIONAL : DES SYSTÈMES INTELLIGENTS POUR LES CUISINES PROFESSIONNELLES



À l’occasion du salon ZAGG 2026, RATIONAL présente ses systèmes de cuisson innovants destinés aux cuisines professionnelles modernes. L’iHexagon occupe le devant de la scène : il combine intelligemment la vapeur, l’air chaud et les micro-ondes, garantissant ainsi une

qualité optimale des plats sur tous les niveaux en un temps record. La gamme est complétée par les systèmes éprouvés iCombi Pro et iVario Pro, qui simplifient les processus de travail, préservent les ressources et garantissent une qualité élevée et constante.

De plus, RATIONAL présente des services axés sur la pratique, des formations et des solutions digitales qui connectent les processus de cuisine et assurent une plus grande transparence dans le quotidien de l’établissement. Les visiteurs pourront découvrir les systèmes de cuisson lors

de démonstrations en direct et trouver l’inspiration grâce à des solutions d’avenir pour la cuisine professionnelle.

HALLE 1.0 / STAND D1147

de cinq laboratoires, nous avons pu exploiter 27 millions de données, ce qui nous a permis d'avoir une véritable vision stratégique en matière de durabilité.

On parle beaucoup d'alimentation végétale. Est-ce un des leviers pour plus de durabilité?

Augmenter la part végétale dans l'alimentation est un levier très important pour réduire l'impact environnemental, mais supprimer simplement la viande et mettre quelque chose de végétal à la place ne suffit pas. Il faut travailler les recettes, le goût, les textures, les valeurs nutritionnelles. Il faut donner envie aussi. Et puis après il y a une notion de prix derrière aussi, parce que les gens s'attendent toujours à avoir quelque chose de moins cher parce que c'est végétal.

Comment inciter les consommateurs à opter pour une alimentation plus végétale?

Il faut cesser de présenter le végétal comme une punition et faire comprendre que c'est une vraie alternative. Ça doit devenir un choix à part entière parce que c'est bon. Nous avons participé à un projet de recherche MegaBites qui s'est déroulé sur deux ans. Pendant cette période, nous avons étudié les comportements alimentaires des consommateurs dans l'ensemble de nos restaurants, ce qui nous a permis de récolter une quantité considérable de données. Lors des phases d'observation, organisées durant deux semaines par mois, nous proposons volontairement les mêmes menus, mais en modifiant certains éléments comme leur intitulé, les photographies sur écran ou encore les prix.

L'objectif était de comprendre si, à composition identique, ces changements pouvaient influencer les choix des consommateurs et modifier sensiblement leur comportement alimentaire. Et les résultats ont clairement montré que oui! Si l'image présentant le menu ou son appellation n'était



pas attractive, on constatait une perte de consommation de plus de 17%. Dans le cas contraire, avec un joli mot et une belle image, l'augmentation de consommation était de 13%. La manière de présenter, de nommer les plats peut modifier complètement tout le comportement. Le plaisir de manger est la clé de voûte du changement.

Depuis peu, vous occupez la fonction de Directeur Innovation & Développement chez Aligea, une société basée dans le canton de Genève, quelles sont vos ambitions?

Nous sommes une entreprise de conseil. Notre valeur ajoutée n'est pas de remplacer les exploitants en restauration de collectivité. C'est de faire le lien entre la stratégie, les données et la réalité de la cuisine, car une ambition de durabilité qui n'est pas

spécialement opérationnelle, réalisable, ne restera qu'une ambition à la fin.

Vous travaillez notamment sur une refonte de la restauration du CERN...

Nous devons effectivement revoir toute la restauration du CERN. C'est un défi de taille, notamment parce que cette institution est située à cheval entre la Suisse et la France, avec des législations bien différentes. Le CERN, c'est 1 million de repas par an! Ce que nous avons réalisé à l'EPFL nous servira énormément. Les publics sont assez similaires. Nous allons tout remettre à plat jusqu'aux appels d'offres publics. C'est un état des lieux complet.



Le rendez-vous helvétique de la production alimentaire

Les 26 et 27 octobre 2026, ce nouveau salon réunira à Messe Luzern les professionnels de la production alimentaire.

M. M.

Messe Luzern AG lance, en collaboration avec Christian Rudin, fondateur et directeur de RUUF AG, NovaFood, le nouveau rendez-vous national de la production alimentaire. Le salon met l'accent sur une approche intégrée de la production alimentaire, qui tient compte des dimensions écologiques, économiques et sociales de la fabrication artisanale et industrielle. «NovaFood couvre tous les maillons de la chaîne de l'information et de la création de valeur de la production alimentaire suisse», explique Christian Rudin, responsable du projet.

Un secteur en pleine évolution

NovaFood offrira pour la première fois en Suisse un lieu de rencontre destiné spécifiquement aux spécialistes de la production alimentaire. «NovaFood sera l'endroit où les professionnels pourront se retrouver, découvrir de nouveaux produits et les dernières évolutions, discuter de solutions pour des projets concrets et enrichir leurs connaissances», indique Christian Rudin qui insiste sur l'importance des échanges dans ce domaine : «L'industrie alimentaire est l'un des principaux secteurs économiques de Suisse. Elle fait toutefois face à de grands défis. Nos habitudes de consommation



changent, les attentes en matière de durabilité augmentent et les prix des matières premières sont en hausse. Il faut donc trouver de nouvelles solutions et de nouvelles approches.»

NovaFood est une plateforme B2B sur laquelle les fabricants et les prestataires de services présentent leurs

solutions pour la production alimentaire : techniques de production, équipements et consommables, matières premières, produits semi-finis, marketing et vente.

Les visiteurs sont des responsables du développement, de la production et des achats à la recherche de nouvelles

solutions ou de partenaires adaptés à leurs projets, par exemple pour fabriquer des aliments transformés, des produits végétariens ou végétaliens, des produits carnés, des pâtes ou des confiseries.

 www.novafood.swiss

PUBLIREPORTAGE

PRODUITS À BASE D'ŒUFS GUSTOVO : LA QUALITÉ SUISSE POUR LES CUISINES PROFESSIONNELLES

GustOvo propose des produits à base d'œufs prêts à l'emploi issus d'élevages en plein air suisses certifiés «Suisse Garantie», ainsi que des produits certifiés KAT issus d'œufs d'élevages en plein air de l'UE.

Fabriquée en Suisse centrale par Fischer Eier AG, la marque s'adresse à la restauration, à la boulangerie et à la restauration collective, qui accordent de l'importance à la qualité, à la sécurité et à l'efficacité des processus.

La gamme comprend des œufs entiers, des jaunes d'œufs, des blancs d'œufs et des œufs brouillés conditionnés dans des emballages pratiques. Les produits sont pasteurisés ou soumis à un traitement thermique doux, ce qui les rend particulièrement faciles et sûrs à utiliser.

L'un de leurs principaux atouts réside dans leur grande praticité : GustOvo est prêt à l'emploi, se conserve longtemps et garantit une qualité constante. Les



blancs d'œufs restent stables et fermes pendant plus de 24 heures, les œufs brouillés sont prêts à être cuits à la poêle et parfaitement équilibrés – une solution idéale en cas de forte affluence. Grâce à la garantie de l'origine, à une fabrication contrôlée et à une utilisation conviviale,

GustOvo offre une solution fiable aux établissements qui ne souhaitent faire aucun compromis en matière de produits à base d'œufs.

HALLE 1 / B 1085

TENDANCES FOOD

Le plaisir en première place

Que mettra-t-on demain dans nos assiettes? Tandis que le monde de l'hôtellerie-restauration helvétique a rendez-vous à Lucerne pour scruter les nouveaux horizons, à Paris, c'est le Salon International de l'alimentation (SIAL), qui se tient tous les deux ans en octobre. On y révèle ce que nos rayons de supermarchés arboreront bientôt. Tour d'horizon inspirant.

M. M.

C'est un peu l'histoire de la poule et de l'œuf. Dans l'univers de l'alimentation, on ne sait pas bien qui est à l'origine de l'autre. Seule certitude : les interactions existent entre l'industrie alimentaire et la restauration. Une bonne raison pour faire un petit tour virtuel dans l'univers du SIAL et ses immenses halles du Parc des Expositions de Villepinte.

On y découvre notamment le Grand Prix Traiteur Snacking 2026, décerné à l'entreprise helvétique Nuekt AG pour ses chips très croustillantes sans huile ajoutée. De fait, le snacking gagne de plus en plus de terrain. Le SIAL révèle qu'au niveau mondial, il pèse aujourd'hui 600 milliards de dollars. Face à des journées mobiles et à des horaires moins réguliers, les habitudes alimentaires évoluent rapidement. Le modèle traditionnel des trois repas par jour laisse place à une alimentation plus flexible adaptée aux nouveaux modes de vie. Le snacking s'impose ainsi comme une réponse aux besoins de praticité, de réconfort et de personnalisation des consommateurs.

Il ne se résume plus à une gourmandise dévorée à la hâte. Les consommateurs recherchent des formats faciles à emporter, agréables à manger et dotés d'un intérêt nutritionnel, à l'instar des encas riches en fibres ou à des recettes gourmandes aux saveurs du monde. Les consommateurs recherchent avant tout une expérience gustative, associée à des saveurs, des textures et des sensations agréables. Protéines, boissons et durabilité

La protéine sous toutes ses formes tient aussi le haut du pavé. Elle est pré-



sente dans les desserts, les boissons, les pâtes ou les collations. Les pois chiches, fèves, algues, champignons et produits issus de la fermentation sont magnifiés. Les produits à bénéfices nutritionnels gagnent du terrain.

Quant aux boissons, elles sont moins sucrées. Les recettes fermentées et créations sans alcool se multiplient avec des arômes et textures alléchants. Enfin, la durabilité entre également dans la réflexion, du choix des matières premières à l'emballage et à la lutte contre le gaspillage.



Solutions professionnelles de lavage

ZAGG25 – 28 octobre 2026
Lucerne**m**
MEIKO
The clean solutionLaissez-vous surprendre :
Halle 1, Stand A1000

Durabilité et perspectives dans l’hôtellerie et la restauration

Prévue le 27 octobre, la 3^e édition du Food Impact Forum sera certainement l’un des moments forts de la grande foire de Lucerne. Organisé par l’entreprise de notation environnementale Beelong, en collaboration avec Agro-Marketing Suisse (AMS), l’association faîtière qui regroupe les organisations de producteurs et les organisations sectorielles de l’agriculture suisse, ce rendez-vous est dédié à la durabilité et à l’empreinte environnementale dans la restauration et l’alimentation.

GEORGES POP

Les objectifs et thématiques de cette nouvelle édition s’articulent autour du thème : « Quelles perspectives pour l’avenir de la gastronomie suisse? ». Le forum mettra l’accent sur la transition écologique, (évaluer le rôle et l’empreinte environnementale des produits suisses dans les menus), ainsi que sur la « régionalité », (valoriser l’approvisionnement local et durable en restauration). Une attention particulière sera portée cette année sur les sources de protéines produites en Suisse.

Les nouveautés en matière de durabilité

Pour les participants, ce sera l’occasion de découvrir les derniers développements en matière de durabilité alimentaire; d’échanger avec des acteurs clés de la restauration et de l’industrie



alimentaire pendant les moments de réseautage et de débats; d’observer des défis culinaires innovants et en apprécier les résultats à l’occasion de dégustations gourmandes.

Parmi les intervenants, on peut citer Bruno Rossignol, ancien responsable Restauration & Commerces à l’EPFL, Sophie Bosshart, responsable Durabilité chez Transgourmet, Baptiste Bays,

chef de projet Restauration Collective à l’Office cantonal de la durabilité et du climat, du canton de Vaud, ou encore Charlotte de La Baume, directrice de Beelong.

Le forum est entièrement bilingue (français/allemand) avec traduction simultanée. Outre les conférenciers, il comprend des ateliers de solutions interactives, ainsi qu’un apéro propice au réseautage. La participation au forum est gratuite mais une inscription est obligatoire (places limitées à 200 personnes).

www.zagg.ch

Naturellement surgelé

La nature à l’état pur. Le froid s’en charge. Le plaisir reste.

Naturellement raffinés.
Les meilleures châtaignes, soigneusement épluchées au feu de bois et surgelées avec soin : nos marrons dévoilent ainsi leur saveur douce et noisettée à chaque préparation. Accompagnant des plats de gibier ou dans les vermicelles classiques, l’automne peut rester toute l’année.



Venez nous rendre visite au salon Zagg 25.-28.10.26 - Halle 2 / E 2151