LE JOURNAL DES RESTAURATEURS
ET HÔTELIERS ROMANDS

N° 16
23 octobre 2026

Le Cafetier

JAA
CH-1205 Genève
POSTE CH SA

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

ÉDITO

Un Cafe(tier) pour le petit-déjeuner?

PAGE 2

RUBRIQUE

Le baromètre du secteur : Alors, ça va?

PAGE 3

GENÈVE

Cafés historiques : interview de Yves Herren



PAGE 9

DOSSIER

Salon des Automnales cook'n' pro

PAGES 13 À 16

Café et petit-déjeuner : un univers en mouvement



Pour les cafetiers et les restaurateurs, cette évolution pose une question très concrète : comment faire vivre un grand classique sans le banaliser ?

PAGES 4 À 9



Édito

Un Cafe(tier) pour le petit-déjeuner ?

Si la lecture de notre journal est le meilleur accompagnement pour bien commencer la journée, un bon petit-déjeuner est tout aussi indispensable ! À plus forte raison quand on en sert tous les matins. Thé, café, viennoiseries, les possibilités sont aussi nombreuses que les goûts de chacun. D'où l'idée de vous proposer un dossier spécial sur le petit-déjeuner dans ce numéro.

En effet, le petit-déjeuner est bien plus qu'un simple repas : c'est une transition douce entre le calme de la nuit et l'effervescence de la journée. Paradoxalement, il peut révéler aussi des différences culturelles majeures entre continents, pays ou même concitoyens.

Sur la forme déjà. Certains déjeunent le matin et dînent à midi, quand d'autres petit-déjeunent le matin et déjeunent à midi. En Suisse alémanique, on dit le Z'morge pour le repas du matin.

Selon la Fédération Romande des Consommateurs, le petit-déjeuner comporte une boisson comme du thé, du café, une tisane ou de l'eau, un fruit ou légume, une portion de produits céréaliers : du pain beurré et sa touche de confiture colorée ou bien des céréales complètes sélectionnées avec soin, un produit laitier : yogourt, séré, lait ou fromage

Dans les faits, vous ne le prendrez cependant pas de la même manière selon la région linguistique où vous vous situez. Qu'il soit plutôt salé à l'allemande avec du fromage, axé sur les viennoiseries à la romande ou pris sur le pouce avec un espresso comme au Tessin, le petit-déjeuner est un incontournable pour beaucoup mais n'est pas vécu de la même manière chez chacun.

Connaissez-vous ainsi le « *Brötligraben* »[1] (la frontière des petits pains) ? Sans doute pas.

Il révèle pourtant de subtiles nuances : les Romands penchent plus volontiers pour les viennoiseries et les croissants au beurre, tandis que les Alémaniques sacralisent la tresse du dimanche (Zopf) accompagnée de fromages et de Birchermüesli.

En Suisse alémanique, les consommateurs privilégient généralement des pains plus foncés, denses et complets (comme le Ruchbrot ou le Bürli). En Suisse romande, la préférence va traditionnellement vers des pains plus clairs, à base de farine blanche ou bise, et des croûtes croustillantes. Au Tessin, il sera davantage brioché sachant, par exemple, que le célèbre Panettone est culinairement une brioche. Mais une chose est sûre, quelles que soient leurs origines, tous les Suisses aiment le bon pain.

Qu'il s'agisse d'un espresso rapide pris au comptoir avant le travail ou d'un grand buffet convivial où l'on prend le temps, les restaurateurs ont fait du petit-déjeuner le moment le plus chaleureux de la journée, celui qui donne à nos clients le sourire dès le matin et à l'exploitant le plaisir du travail bien fait.

Je vous souhaite ainsi une bonne lecture de ce journal et une bonne dégustation de ce dossier spécial petit-déjeuner.

[1] https://painsuisse.ch/blog/le-brotligraben/



Géraldine MÛLLER
MEMBRE DU COMITÉ DE LA SOCIÉTÉ DES CAFETIERS, RESTAURATEURS ET HÔTELIERS DE GENÈVE

Brèves

VAUD - UN CALENDRIER DE L'AVENT GOURMAND

La période précédant Noël est toujours un casse-tête pour bien des chalands. Les supermarchés regorgent de propositions plus ou moins alléchantes pour susciter l'achat. Pour donner un coup de pouce à ses producteurs, le canton de Vaud a eu une idée lumineuse : créer un calendrier de l'Avent gourmand 100% local.
Chaque surprise est labellisée VAUD CERTIFIÉ D'ICI. Derrière chaque produit, on découvre le savoir-faire local d'artisans de talent. Une façon originale de faire découvrir la passion qui anime les artisans du terroir.
Le conditionnement de ce bel objet est assuré en partenariat avec Polyval, une institution spécialisée notamment dans l'intégration professionnelle de personne en situation de handicap ou bénéficiaires de prestations de l'assurance-invalidité. M. M.



www.vaud.ch

VANDEMOORTELE ET DÉLIFRANCE UNISSENT LEURS FORCES POUR FAÇONNER L'AVENIR DES PRODUITS DE BOULANGERIE

Ce rapprochement combine l'ancrage belge et la force opérationnelle de Vandemoortele avec le savoir-faire français et la marque de Délifrance.
Ces produits surgelés d'excellente qualité boulangère sont le fruit d'une collaboration entre des boulangeries et chefs d'entreprises suisses de renom, forts d'une longue expérience en matière de produits de boulangerie et d'un savoir-faire pointu dans leur fabrication.
Notre assortiment Delisuisse comprend des pains et des produits de boulangerie suisses fabriqués avec des ingrédients de qualité, pour une saveur incomparable.

//delifrance.com

NEUCHÂTEL - LE MEILLEUR GRUYÈRE AOP NEUCHÂTELOIS

La fromagerie de la Sagne, au cœur des Montagnes neuchâteloises, remporte le désormais traditionnel prix du meilleur Gruyère AOP neuchâtelois 2026. La récompense a été remise à Christophe Barras, le président de la société coopérative, ainsi qu'à Karyl Sauser chargé de la production du fromage. Cette 9e sélection était organisée par la Chambre neuchâteloise d'agriculture et de viticulture (CNAV), en collaboration avec l'Interprofession du Gruyère (IPG) et l'association Neuchâtel Vins et Terroir (NVT). Sept fromages issus de six fromageries étaient en lice pour le titre. Historiquement, le Gruyère AOP doit son nom à la région de la Gruyère, dans le canton de Fribourg. Cependant, son terroir d'origine comprend des zones de production dans les cantons de Fribourg, Vaud, Neuchâtel et Jura, ainsi que dans quelques communes du canton de Berne. G. P.

FRIBOURG - UNE ATTRISTANTE FERMETURE

En dépit d'une fréquentation ininterrompue et d'une marche des affaires plus que satisfaisante, le très populaire restaurant La Cène, en ville de Fribourg, fermera définitivement ses portes à la fin de l'année. En cause : le bail de l'établissement arrive à échéance après 15 ans et ne sera finalement pas renouvelé. Interrogé par Radio Fribourg, le chef Mohamed Azeroual, derrière les fourneaux depuis 12 ans, a fait part de sa tristesse et de celle de son équipe : « On était bien dans la ville, on avait nos clients, les menus du jour qui changent toutes les semaines… On avait retrouvé un bon dynamisme avec une bonne équipe en salle ». Dans l'attente d'un nouveau projet, il prévoit, après la fermeture, d'offrir ses services en qualité de chef éphémère, en préparant des repas pour des particuliers ou des entreprises. G. P.



ALORS, ÇA VA ?



Entretien avec Camille Grange propriétaire et exploitante de La Micheline et Gigi Cucina & Bar.

La Micheline*
Avenue de la Gare des Eaux-Vives 3,
1207 Genève

www.lamicheline.ch

ALORS, COMMENT ÇA VA, VRAIMENT ?

Super ! Le début de l'automne marque aussi le début de la période la plus chargée de l'année : l'organisation des soirées de Noël bat son plein, la saison de la chasse démarre, les guides sortent… On ne s'ennuie pas !

QUEL EST VOTRE PRINCIPAL DÉFI DE RESTAURATEUR EN CE MOMENT ?

Notre challenge éternel : maintenir un équilibre parfait. La qualité, évidemment, aussi bien en cuisine qu'en salle, mais aussi toute la gestion qui se cache derrière.

La comptabilité et les coûts, avec le juste équilibre entre les charges et les revenus. Le recrutement, en trouvant les bonnes personnes, au bon poste, tout en restant dans nos budgets. Le marketing, pour continuer à attirer de nouveaux clients. Et puis tout l'opérationnel, avec l'objectif de garder des collaborateurs heureux, motivés et engagés, parce que c'est finalement eux qui vont faire vivre l'expérience que l'on veut offrir à nos clients.

Tout est lié, et c'est justement ce qui rend notre métier aussi passionnant… et parfois un peu sportif.

VOTRE DERNIÈRE VRAIE FIERTÉ DE RESTAURATEUR ?

Le maintien de nos 17 points au GaultMillau pour 2027 ! Mais aussi la sortie imminente d'un nouveau projet créatif sur lequel nous avons beaucoup travaillé cet été, et notre vendange 2026 pour la cuvée La Micheline chez Sébastien Villard – les mains directement dans la terre jusqu'à la création de l'étiquette ! Et, plus simplement, je suis surtout très fière de réussir à maintenir une super équipe en ce moment. Dans notre métier, c'est précieux.

COMMENT IMAGINEZ-VOUS VOTRE RESTAURANT DANS DIX ANS ?

Qui sait ? Après mes deux premiers bébés de la famille GastrO'Vives, La Micheline et Gigi, et un vrai bébé dans ma famille en 2025, j'espère que dans dix ans, mes deux familles se seront encore un petit peu agrandies !

SI VOUS POUVIEZ CHANGER UNE SEULE CHOSE POUR LES RESTAURATEURS GENEVOIS DEMAIN MATIN, CE SERAIT QUOI ?

Un peu plus d'ouverture d'esprit et de tolérance de la part de certains clients genevois. Il faut parfois comprendre qu'un restaurant qui travaille des produits de qualité et propose une certaine expérience implique une organisation différente de celle du pub du coin. Les garanties bancaires, par exemple, servent à protéger nos établissements des no-shows et sont devenues une pratique courante dans les grandes villes. De la même manière, proposer un menu unique pour les grandes tablées permet de garantir la qualité et la fluidité du service. Ce ne sont pas des contraintes mises en place pour embêter les clients, mais des outils pour pouvoir bien faire notre métier.

VOTRE DERNIÈRE TRÈS BONNE TABLE À GENÈVE ?

Petit coup de cœur pour Matière, à Champel. Un très bel équilibre entre qualité et prix, avec en plus un accueil vraiment chaleureux. Une adresse que j'ai eu plaisir à recommander récemment !

PROPOS RECUEILLIS PAR SANDRINE PALLY

LE BAROMÈTRE

MÉTÉO DU MOMENT :
☑ Soleil

LA RESTAURATION GENEVOISE DANS 12 MOIS :
☑ Stable

ÊTRE RESTAURATEUR À GENÈVE AUJOURD'HUI : ★★★★☆

SI C'ÉTAIT À REFAIRE :
☑ Je resigne demain



INTRO

Café et petit-déjeuner : un univers en mouvement

Le café au lait des ouvriers au XVIIIe siècle, le p'tit noir serré bu au comptoir d'un bistrot dans une ambiance de polar, le café viennois réconfortant des goûters d'hiver, le café noir du randonneur préparé dans les premières lueurs de l'aube sur un réchaud de fortune… Qu'il accompagne le réveil, ponctue une journée de travail ou prolonge une conversation, le café s'adapte aux époques, aux circonstances et aux modes.

Aujourd'hui, le café ferait presque concurrence à l'inventaire de Prévert entre cappuccino, latte macchiato, flat white, iced latte ou cold brew, pour ne citer que quelques préparations. Les habitudes évoluent, les goûts se diversifient et les frontières entre la boisson du quotidien et le petit plaisir gourmand deviennent plus floues. Le café se déguste chaud ou froid, court ou allongé, avec ou sans lait, parfois agrémenté de nouvelles saveurs. Le traditionnel espresso conserve ses adeptes, mais il partage désormais la carte avec des recettes qui jouent sur les textures, les températures et les arômes.

Pour les cafetiers et les restaurateurs, cette évolution pose une question très concrète : comment faire vivre un grand classique sans le banaliser ? Le choix du café, la qualité de l'extraction, la composition de la carte et la cohérence des prix sont autant d'éléments à prendre en compte dans l'équation. La créativité a aussi sa place, à condition de s'appuyer sur un produit maîtrisé et une offre adaptée à sa clientèle. Chaque consommateur a, bien sûr, ses goûts et ses préférences. Mais l'exigence demeure : servir une tasse qui donne envie d'y revenir.

Encore faut-il savoir ce que l'on met dans cette tasse. Derrière un café se cachent un terroir, une variété, une récolte, une méthode de traitement et un travail de torréfaction. Le résultat dépend de toute une chaîne, depuis le producteur jusqu'à la machine du bar. Or cette chaîne est soumise à de fortes tensions. Les aléas climatiques affectent les récoltes, les équilibres entre production et consommation se modifient et les cours connaissent de fortes fluctuations. Pour les restaurateurs, le café n'est plus seulement un produit familier, mais une matière première dont le coût et la disponibilité exigent une attention particulière.



Et si le café se réinvente, le petit-déjeuner aussi. Complices de toujours - ou presque - le café-croissant conserve sa place de choix. Mais les habitudes du matin se diversifient et les établissements élargissent leur répertoire. Granolas, porridges, avocado toast… s'invitent sur les cartes. Une évolution qui doit beaucoup à l'influence des coffee shops, où le petit-déjeuner se prolonge volontiers en brunch.

L'enjeu pour les restaurateurs n'est pas de renoncer aux classiques, mais de faire évoluer - ou pas - leur offre en restant cohérents avec l'identité de l'établissement et les contraintes du service.

Odile Habel

PUBLIREPORTAGE

UN PETIT-DÉJEUNER DE CARACTÈRE : FRAIS, FRUITÉ ET TEINTÉ D'UNE TOUCHE DE NOSTALGIE

L'odeur du pain frais, la première tasse de café, accompagnés d'un petit quelque chose qui ne se contente pas de rassasier, mais qui rend heureux. C'est ainsi que commence un petit-déjeuner qui reste gravé dans les mémoires.



Chez Louis Ditzler AG, nous proposons deux produits dans notre gamme qui incarnent parfaitement cet esprit : un mélange de fruits coloré pour le Birchermüesli et la légendaire pâte à tartiner Véron. Deux classiques qui ne pourraient pas être plus différents et qui, pourtant, se marient à la perfection.

Notre mélange de fruits pour Birchermüesli associe pommes, groseilles rouges, mûres, framboises, myrtilles et fraises pour former une composition colorée, riche en vitamines, en fraîcheur et en saveurs. Ce mélange est un véritable coup de fouet énergétique naturel : simple, équilibré et tout simplement délicieux. Que ce soit nature, accompagné de yaourt, de flocons d'avoine ou de noix, il apporte toute la diversité de la nature dans votre bol de petit-déjeuner et vous garantit un début de journée plein d'énergie grâce aux baies.

Ceux qui préfèrent les saveurs sucrées et incomparables opteront pour la pâte à tartiner Véron. Un classique qui a marqué des générations. À base de mélasse, sucrée, pleine de caractère et empreinte de nostalgie. Pour beaucoup, c'est un morceau d'enfance qui réveille des souvenirs. C'est surtout sur une tresse fraîche qu'elle dévoile toute sa saveur, mais elle se marie aussi à merveille avec du pain de campagne, du pain d'épeautre ou un petit pain croustillant, selon vos préférences. Associée à du beurre ou de la margarine, elle devient un petit péché mignon qui a depuis longtemps atteint le statut de produit culte.

Aussi différents que soient nos deux accompagnements de petit-déjeuner – la légèreté fruitée du mélange de fruits Birchermüesli et la profondeur nostalgique du Véron –, ils incarnent ensemble ce qui nous tient à cœur : un plaisir authentique, des ingrédients de grande qualité et des produits « Haut Niveau ».

Tout cela est rendu possible grâce à quelque chose qui nous accompagne depuis toujours : la conservation des bonnes choses. Grâce à une congélation douce, les fruits sont conservés au moment même où ils sont les plus aromatiques, avec toute leur fraîcheur, leur saveur et leurs précieux nutriments. « Préserver ce qui est bon » n'est pas seulement une technologie, mais aussi notre promesse depuis 100 ans. Ainsi, Louis Ditzler AG allie plaisir et responsabilité et veille à ce que des moments de petit-déjeuner comme ceux-ci restent possibles à tout moment.

www.ditzler.ch

Café : comment concilier qualité et maîtrise des coûts?

Le meilleur café est-il forcément le plus cher ? Nicolas Charmillot, Global Green Coffee Procurement Director chez Julius Meinl, célèbre maison viennoise de café premium présente en Suisse, explique comment adapter son offre aux attentes de la clientèle et trouver le bon équilibre entre qualité et prix.

PROPOS RECUEILLIS PAR ODILE HABEL

Pourquoi le marché du café est-il sous pression?
Le marché est soumis à deux facteurs majeurs : le changement climatique et la géopolitique. Entre 2010 et 2021, la production mondiale dépassait la consommation. Les stocks se sont accumulés, les prix sont restés bas et la production a augmenté, notamment au Brésil et au Vietnam, avec une forte progression du robusta vietnamien. L'Afrique et l'Amérique centrale ont, elles, moins contribué à cette croissance.

À la fin de 2021, la pandémie a entraîné une baisse de la consommation, tandis que le gel au Brésil a endommagé les récoltes. Entre 2021 et 2025, alors que la consommation mondiale a repris, la production a souffert d'évènements climatiques. Les stocks ont donc été utilisés et sont aujourd'hui à des niveaux historiquement bas, ce qui explique la hausse des prix.

Le marché semble se polariser de plus en plus entre cafés haut de gamme et cafés bon marché…
Oui, et la hausse des prix a accéléré ce phénomène. Dans le segment premium, les clients recherchent une qualité élevée et stable, une chaîne d'approvisionnement maîtrisée, une relation humaine avec les fermiers pour des quantités parfois limitées. À l'autre extrémité, le prix reste le critère principal et les consommateurs acceptent davantage de variations de qualité ou de défauts.

Un même consommateur peut d'ailleurs acheter un café filtre bon marché à la maison et choisir des capsules premium lorsqu'il reçoit des invités.

C'est aussi vrai dans la restauration : le café servi au bar peut être différent de celui proposé au petit-déjeuner. L'essentiel est de savoir ce que l'on vend, à qui et à quel moment, en cohérence avec le positionnement de l'établissement et ses valeurs. Il n'est pas possible de vendre partout un espresso à 15 francs.

Mais un restaurateur peut-il proposer un café intéressant tout en restant dans une fourchette de prix raisonnable?



Un sac de café récolté dans un champ au Pérou. © Nicolas Charmillot

Oui. Certaines origines moins connues, comme l'Ouganda, peuvent offrir des possibilités intéressantes. Mais le restaurateur doit avant tout comprendre ce que sa clientèle valorise et ce pour quoi elle est prête à payer.

Si la clientèle n'est pas particulièrement sensible à l'origine biologique du café ou à la coopérative qui le produit, il peut être plus judicieux de proposer un autre café de qualité, plus abordable, qui se distinguera, par exemple, par son goût. La sélection doit donc être cohérente avec la clientèle et le positionnement de l'établissement. Et il faut ensuite communiquer sur les caractéristiques qui ont de la valeur aux yeux des clients.

Comment un restaurateur peut-il construire son offre?
Il doit d'abord établir le type d'offre qu'il souhaite. S'il décide de travailler avec un pays, une coopérative ou même un producteur spécifique, il faut accepter que le café ne soit pas forcément disponible toute l'année. Et même s'il l'est, sa qualité peut évoluer. Le café perd de l'eau et vieillit. En Colombie, par exemple, on commence à constater une baisse de qualité après



Nicolas Charmillot, Global Green Coffee Procurement Director chez Julius Mein. © DR



Une plantation en Colombie avec la maison du caféiculteur. © N. Charmillot

six mois environ. Il faut donc se demander si l'on est prêt à renouveler sa carte de cafés tous les trois ou quatre mois, un peu comme on le fait pour une carte de cuisine. Si l'on ne veut pas changer aussi souvent, le mélange peut être une solution. Un blend permet d'avoir une tasse relativement stable tout au long de l'année et d'une année sur l'autre. C'est un avantage important pour un établissement qui veut proposer une expérience constante.

//juliusmeinl.com



Quand le café-croissant fait de la résistance

Le café-croissant reste un classique indétrônable, mais des propositions plus originales émergent dans les cafés genevois pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs.

ODILE HABEL

C'est une bonne nouvelle : le petit-déjeuner hors du domicile a la cote. Au Royaume-Uni, les données Kantar 2024, publiées en 2025, montrent que les occasions de petit-déjeuner hors de chez soi ont progressé de 13,7% en un an. Et mieux encore, le plaisir reste la principale motivation.

Depuis la fin du XIXe, le petit-déjeuner avec un café, souvent au lait à l'époque, et un croissant est progressivement devenu le duo matinal incontournable dans les cafés, toutes classes sociales confondues, de l'ouvrier à l'avocat en passant par la mère de famille. Le développement un peu plus tard du pain au chocolat, autre viennoiserie star des petits déjeuner au café, n'entame en rien le succès du traditionnel café-croissant.

Depuis ces dernières années, l'offre en matière de petit-déjeuner connaît en outre une diversification importante avec l'arrivée sur les tables de propositions plus consistantes, parfois salées, plus équilibrées, ou inspirées d'autres cultures gastronomiques, comme les cinnamon rolls, les muffins, les porridges ou encore les breakfast sandwiches - œuf, fromage, bacon/jambon dans un muffin, bagel ou une brioche. Très populaires dans les cafés américains, ces breakfast sandwiches sont consommés au moins une fois par semaine par 56% des personnes interrogées selon une étude réalisée cette année.

Le café-croissant résiste

À Genève, le duo café-croissant reste bien ancré dans les habitudes. Au café Remor, les viennoiseries et les tartines à la confiture sont toujours au rendez-vous. « Nous n'avons pas fait évoluer notre offre vers une carte coffee shop, explique Antoine Remor. D'une part, nous n'avons pas de demande, d'autre part, ce type de petit-déjeuner nécessite du personnel en plus et la tendance est plutôt à la réduction de personnel. » Une raison qui a, du reste, incité Antoine Remor à se fournir auprès d'un artisan local pour ses viennoiseries pendant la semaine, réservant leur fabrication maison aux seuls week-ends. « Le télétravail ainsi que la situation économique n'encouragent pas les gens à venir. Ils dépensent aussi moins, beaucoup préfèrent boire leur café à la cantine, sur leur lieu de travail. Tout le monde n'est pas prêt à dépenser une quinzaine de francs le matin pour un café, un croissant et un jus de fruits frais. »



Le duo typique du matin. © DR

Le nouveau petit-déjeuner est healthy

Ouvert depuis quatre ans, Melrose Kitchen s'est positionné sur le créneau de petit-déjeuner façon coffee shop, renouvelant ainsi l'approche du premier repas de la journée. « C'est un peu indispensable, car les gens recherchent la nouveauté, mais aussi des propositions plus saines, remarque Raphy Fathi, copropriétaire de Melrose Kitchen. De plus en plus de personnes font attention à ce qu'elles mangent, notamment au petit-déjeuner », remarquent-elles.

Les réseaux sociaux participent aussi à cet intérêt pour le petit-déjeuner en mettant en avant des plats « plus sains, mais aussi plus colorés, plus instagrammables ». Les açai bowls et, plus largement, les super-aliments ont ainsi trouvé leur place sur les cartes. « On propose des yogurt bowls dans lesquels on peut mettre en plus des fruits et du granola fait maison, mais maintenant beaucoup de clients demandent de rajouter dans la base de la poudre protéinée, par exemple. »

Certains plats comptent parmi les best-sellers comme le yogurt bowl, l'açai bowl et surtout l'avocado toast, indétrônable toute l'année et qui illustre aussi l'engouement grandissant pour les petits déjeuners salés.

Malgré leur succès, les best-sellers ne sont pourtant pas forcément les plus rentables. Les açai bowls et les yogurt bowls, par exemple, offrent des marges plus faibles en raison du coût des ingrédients et du temps nécessaire à leur préparation.

Parallèlement, « depuis un peu plus d'un an, les clients regardent plus à la dépense, remarque Raphy Fathi. Les gens prennent davantage leur petit-déjeuner à la maison. Mais nous avons des produits qui sont peut-être plus compliqués à faire chez soi, ce qui fait que les gens vont plus facilement mettre le prix pour quelque chose de vraiment différent, contrairement au café-croissant. »

C'est un raisonnement assez similaire qui a poussé Femke Pivin et Ariane Boada, propriétaires de Marcel, à proposer plutôt une carte basée sur les pancakes, les œufs et les granolas. « Le café-croissant est un produit concurrentiel. Pour se distinguer, il faut donc arriver à proposer un croissant vraiment exceptionnel. De plus, en travaillant avec un boulanger, le produit est cher à la revente. »

Si, en Suisse, le café domine le petit-déjeuner, loin devant le thé, de nouvelles boissons arrivent sur les tables matinales comme le matcha, que Marcel propose depuis son ouverture il y a neuf ans, ou le ube latte. Quant au chocolat chaud, il se décline dans différentes versions, par exemple, à la noisette.

Une évolution qui témoigne d'un petit-déjeuner au café en pleine diversification, où l'offre doit désormais composer avec de nouvelles habitudes de consommation et l'envie de se démarquer.



L'avocado toast et le yogurt bowl, deux stars du petit-déjeuner chez Melrose Kitchen. © Guillaume Cottancin

Le café sort de ses classiques

De l'espresso classique aux lattes les plus créatifs, les façons de consommer le café se multiplient. Une évolution portée par de nouvelles recettes et une génération en quête de diversité.

ODILE HABEL

Avant, commander un café, c'était comme regarder la télévision dans les années 80. Le nombre de chaînes était très limité et le type de cafés aussi : avec ou sans lait, avec ou sans sucre. Aujourd'hui, la carte ressemble plutôt à un catalogue Netflix infini où le simple fait de choisir son lait demande une réflexion existentielle. Des noms jusque-là inconnus sont soudain apparus : le flat white, le cortado, le dirty matcha, l'ube latte…

Le café est devenu une boisson au café ainsi qu'une expérience à part entière avec ses recettes, ses textures, ses contenants et ses déclinaisons photogéniques qui affolent les réseaux sociaux.

Cette évolution s'est construite par étapes. L'Italie a imposé au monde une certaine grammaire de l'espresso et des boissons lactées. Les chaînes américaines ont popularisé les cafés personnalisables, servis dans de grands formats et agrémentés de sirops ou de crème. L'Australie et la Nouvelle-Zélande ont, elles, installé le flat white dans le paysage international.

Cette mondialisation des recettes redéfinit en profondeur les attentes des consommateurs. Pour les restaurateurs, l'apparition de ces boissons complexes dépasse le simple effet de mode pour s'imposer toujours davantage sur les cartes.

Pour Jules Barasz, exploitant de Chez Madame Café, « la tendance s'est installée durablement. Depuis une décennie que nous sommes présents sur le marché, la demande pour ces boissons n'a cessé de croître. Le marché s'est considérablement élargi, et l'accès à ces produits s'est démocratisé pour les consommateurs. »

Ceux-ci sont surtout composés d'urbains - étudiants et jeunes actifs - de la Génération Z et des Millennials qui ne recherchent pas le « coup de fouet » de l'espresso serré traditionnellement plébiscité par les plus de 55 ans, mais une pause café réconfortante. « Notre cœur de cible, c'est la jeune maman de 35 ans », précise Jules Barasz.



L'iced latte se fait une place

La diversité des recettes contribue largement au succès des boissons à base de café. Chez Madame Café, par exemple, l'offre compte près d'une quarantaine de références grâce au jeu des variantes et des dosages. Parmi les capuccino, les macchiato et autres spécialités gourmandes, le iced latte s'impose. S'il caracole logiquement en tête des boissons au café pendant les beaux jours, il commence à séduire également tout au long de l'année, illustrant ainsi les changements d'habitudes de consommation. « J'ai l'impression qu'il y a une progression des boissons froides de manière générale, analyste Jules Barasz. Il y a une différence entre été et hiver, mais des gens prennent des iced lattes en plein mois de janvier. Cette boisson arrive à tenir la barre, même si elle ne va remplacer le réconfort du chaud pendant l'hiver. »

Le café froid s'étend aussi au cold brew, une infusion à froid qui dure une vingtaine d'heures et donne une boisson plus chargée en caféine.

Quant à la future star, elle pourrait bien être une création issue de deux tendances fortes : les boissons au café et le matcha. Son nom : le dirty matcha, un shot d'espresso associé à un matcha latte traditionnel. « La demande est encore occasionnelle, mais le matcha c'est absolument incroyable. Nous fêtons en novembre nos dix ans et depuis l'ouverture je constate le succès toujours grandissant du matcha. »





Le café à l'honneur chez Madame Café. © DR

UN PEU D'HISTOIRE

Au milieu des années 1700, les cafés de Vienne, en Autriche, servaient un Kapuziner, c'est-à-dire un café filtre mélangé à de la crème liquide et du sucre. Le nom de cette boisson tirait son nom de sa couleur brune qui rappelait celle de la robe des moines capucins.

Le cappuccino moderne, composé d'un espresso serré et d'une mousse de lait épaisse obtenue à la vapeur, est né au début du XX^{e} siècle après l'invention de la machine à espresso en Italie. Sa recette s'est établie et popularisée après la Deuxième Guerre mondiale.

Le café à 3,50 francs : une équation qui ne tient plus?

À Genève, un café coûte en moyenne 4 francs, selon un relevé réalisé en septembre 2026 auprès de 64 établissements.

SANDRINE PALLY

Derrière ce prix, souvent considéré comme anodin, se joue pourtant une question essentielle pour les professionnels : celle de la rentabilité d'une prestation dont le coût dépasse largement celui de la matière première.

À Genève, un café à 4 francs en moyenne

4 francs pour un café, 5,02 francs pour un cappuccino : tels sont les prix moyens relevés dans 64 établissements du canton de Genève, dans le cadre d'une enquête destinée à alimenter un baromètre national des prix du café. Dans la ville de Genève, les tarifs sont légèrement supérieurs, avec une moyenne de 4,17 francs pour le café et de 5,20 francs pour le cappuccino.

Ces moyennes masquent toutefois d'importantes disparités. Les prix recensés s'échelonnent de 3 francs à plus de 7 francs selon les établissements, leur emplacement et leur positionnement. La comparaison doit d'ailleurs être nuancée : les appellations relevées sur les cartes recouvrent parfois des préparations différentes, du simple espresso au café filtre de spécialité.

Au-delà de ces écarts, une question mérite d'être posée : comment certains établissements peuvent-ils encore proposer un café à 3,50 francs, alors que les charges d'exploitation ne cessent de peser sur leur activité ?

Le café ne se résume pas à quelques grammes de grains

L'erreur serait de calculer la rentabilité d'un café en soustrayant simplement le prix des grains de son prix de vente. Certes, la matière première ne représente qu'une faible fraction de la facture finale. Mais servir un café suppose aussi de mobiliser du personnel, un local, une machine, de l'énergie, de la vaisselle et toute une organisation.

Une simulation de répartition des coûts établie sur la base d'un café vendu 4,20 francs illustre cette réalité. Sur ce montant, 34 centimes sont affectés aux matières premières, 1,89 franc aux charges de personnel, 1,05 franc au loyer et aux charges, 42 centimes aux frais d'exploitation et 21 centimes aux amortissements et financements. Il ne resterait ainsi que 29 centimes de résultat avant impôts, soit environ 7% du prix de vente.

Cette décomposition, indicative et nécessairement variable d'un établissement à l'autre, rappelle une évidence trop souvent oubliée : le prix d'un café rémunère avant tout une prestation de service.



Infographie : Source GastroValais

Des charges qui progressent plus vite que les prix

L'évolution des dernières années accentue cette problématique. Selon les données présentées par Steve Delasoie, Directeur de GastroValais, le prix moyen du café crème en Suisse serait passé de 4,20 francs en 2015 à 4,65 francs en 2025, soit une hausse de 10,7% sur dix ans.

Dans le même temps, les prix mondiaux du café vert, les salaires, l'énergie et plusieurs autres postes de charges ont connu des augmentations importantes. Ces évolutions ne se répercutent pas mécaniquement sur chaque tasse, mais elles soulignent le décalage entre la progression de certains coûts et celle des prix de vente.

Une simulation de GastroValais estime d'ailleurs qu'un café vendu 4,20 francs en 2015 pourrait aujourd'hui atteindre entre 5 et 5,20 francs si l'ensemble des hausses retenues dans son modèle avait été répercuté.

Ces chiffres ne constituent pas un tarif à appliquer uniformément. Ils invitent plutôt chaque professionnel à s'interroger sur l'évolution de sa propre structure de coûts.

Le piège du prix historique

Pourquoi maintenir un café à 3,50 francs ? Par habitude, parfois. Par peur de perdre une clientèle attachée à ce prix, souvent. Ou parce que le café est considéré comme un produit d'appel, dont la rentabilité peut être compensée par d'autres consommations.

Cette stratégie peut être parfaitement cohérente lorsqu'elle repose sur un choix commercial assumé. Elle devient en revanche problématique lorsque le tarif est reconduit année après année sans réévaluation de ses coûts.

Un café vendu à faible marge n'est pas nécessairement déficitaire. Tout dépend du volume, de l'organisation, du temps de service, des charges fixes et des autres ventes réalisées. Mais un prix bas ne constitue pas davantage une garantie de compétitivité.

Le risque est de conserver des références tarifaires héritées d'un contexte économique qui n'existe plus.

Défendre le prix, c'est aussi défendre la prestation

Le client ne se rend pas uniquement dans un café pour consommer quelques centilitres de boisson. Il vient pour un lieu, un accueil, un service, une pause, parfois une rencontre ou un moment de travail.

C'est précisément cette dimension que les établissements doivent apprendre à mieux valoriser. Non pas en justifiant chaque centime auprès de leur clientèle, mais en assumant le fait qu'un café servi à table n'est pas comparable à une capsule consommée chez soi.

L'enjeu n'est donc pas de décréter un prix idéal valable pour tous les établissements genevois. Il convient de rappeler qu'un tarif doit correspondre à une réalité économique et à un positionnement commercial réfléchi.

À travers son relevé annuel, Cafetier-Suisse entend suivre l'évolution des prix dans les différentes régions du pays et offrir aux professionnels des points de comparaison. Une démarche qui pourrait contribuer à replacer la question du prix du café au cœur des réflexions sur la rentabilité de la branche.

Car derrière une tasse vendue quelques francs se cache finalement une question bien plus vaste : les restaurateurs connaissent-ils encore précisément la valeur de ce qu'ils servent ?

Interview d'Yves Herren, conseiller municipal PVL de la Ville de Genève

La motion M-1653 déposée au Conseil municipal de la Ville de Genève vise à recenser et créer un label « Café historique » pour valoriser certains établissements chargés d'histoire. Celui-ci pourrait apparaître d'ici 2028.

PROPOS RECUEILLIS PAR SIMON BRANDT

Vous avez déposé une motion (M 1653) demandant la valorisation des cafés historiques de la ville de Genève, pouvez-vous nous expliquer pourquoi?
La nostalgie peut être ou plus sérieusement pour correspondre à un attachement particulier des genevoises et genevois pour qui l'histoire des cafés restaurants de la cité est importante. Notamment en ces temps de besoins permanents et absolu de nouveauté il est important de les faire découvrir à celles et ceux qui ne les connaitrait pas car ils font partie de notre histoire régionale.

Vous proposez une campagne de promotion des établissements historiques?
Oui de la même manière que la ville de Lausanne a réussi à le faire sous forme de l'édition d'un ouvrage par la ville qui décrit 44 établissements et qui a aussi mis en place un parcours découverte des cafés historiques avec des plaquettes sur l'enseigne et une journée des cafés historiques reprises aussi par l'office du tourisme qui propose cela dans des tours découvertes pour les touristes.

Quel rôle pourrait jouer la Société des Cafetiers dans cette campagne? Pourquoi la commission des arts et de la culture (qui a traité cette motion) n'a-t-elle pas jugée bon de nous auditionner malgré votre proposition?
La Société des Cafetiers pourrait aider à répertorier lesdits établissements et aussi se faire le relai d'une opération de visites pour les valoriser et en faire la promotion via Geneva Tourisme. Malheureusement la demande d'audition de la Société des Cafetiers qui a été effectuée n'a pas rencontré la majorité de la commission des arts et de la culture pour le faire.



Estimez-vous que les cafés-restaurants jouent un rôle dans l'identité des quartiers?
Les cafés-restaurants jouent un rôle prépondérant dans le lien social dans les quartiers, des endroits de rencontres à part entière, des lieux de partages qui permettent des échanges et une interaction très bénéfique au vivre ensemble dans les quartiers.

Pourquoi la motion a-t-elle été modifiée lors de son passage en commission?
Il y avait une partie de la motion qui souhaitait une protection de ces cafés et effectuer une sorte de classement de ces cafés historiques sur le plan patrimonial qui pouvait poser problème. En effet, il était difficile d'obliger un propriétaire de café à ne rien toucher sur le plan patrimonial et l'empêcher de vendre s'il le souhaite alors que l'exploitation d'un café est souvent le travail de toute une vie. Le propriétaire dont c'est souvent la retraite doit pouvoir garder la possibilité de le vendre quitte à ce que l'établissement change de style même si on peut parfois le regretter. Personne n'a envie de voir une belle brasserie historique devenir un fast food.

Comment expliquer le refus du PLR et de l'UDC alors qu'ils ont signé votre motion?
C'est en effet très étonnant de voir la réaction de ces deux partis sur la question de faire découvrir les cafés historiques voir de les protéger, ce n'est pas très compréhensible.

Les exploitants des cafés-restaurants s'inquiètent beaucoup des chantiers (rue de Neuchâtel, rue Chaponnière, rue de Carouge) qui peuvent tout d'un coup nuire à la bonne exploitation de leur établissement, quel est votre positionnement à ce sujet?
Les cafés restaurants ont pignons sur rue et sont les plus surexposés par les travaux parfois très long dans lesdits quartiers. Il est évident qu'il faut mettre en place des processus d'indemnisations comme nous l'avons fait en ville de Genève sur l'influx d'un texte dédié et même une pétition déjà en 2024 pour la rue de Carouge, il nous a fallu longtemps pour convaincre une majorité du CM de la Ville pour y arriver.

Cela a pu se mettre en œuvre mais bien trop tard malheureusement. Il faudra être plus rapide et surtout anticiper pour les établissements dans le quartier de Rive et de la Gare Cornavin qui seront bientôt exposés à des travaux pharaoniques.

PUBLIREPORTAGE

PISTOR : LE PARTENAIRE POUR LA GASTRONOMIE

Pour la première fois, Pistor participe au salon Cook'n'pro à Genève (halle 2, stand CP20). Le grossiste indépendant y présente son offre et donne un aperçu de ses plans pour la Suisse romande.



Ce qui a autrefois commencé comme une coopérative d'achat pour les boulangeries suisses est aujourd'hui un grossiste polyvalent avec une solide clientèle et 110 années d'expérience. Depuis longtemps déjà, Pistor n'approvisionne plus seulement les boulangeries, mais également les établissements de la gastronomie, les EMS et les hôpitaux, avec son vaste assortiment de plus de 20 000 articles. Des produits alimentaires frais, tels que les légumes, les fruits, les produits laitiers ou la viande, aux produits non-alimentaire, tels que les produits d'entretien et les matériaux d'emballage, en passant par les produits d'économat et les surgelés, Pistor propose tout ce dont vous avez besoin d'une seule source.

Durable et fiable
Pistor connaît les besoins de la branche de la gastronomie. Le processus de commande est intuitif et les produits sont disponibles en différents niveaux de commodité et variantes de transformation. Les camions à trois zones permettent la livraison de produits de différentes zones de température en une seule tournée. Grâce à des processus logistiques modernes et à des camions électriques respectueux de l'environnement et de toute dernière génération, Pistor garantit une livraison fiable et respectueuse des ressources.

Plus de capacité pour la Suisse romande
Par sa présence au salon de Genève, Pistor souligne son engagement en faveur de la Suisse romande. Avec l'extension de son centre de distribution à Chavornay (VD), Pistor mise sur la proximité et des prestations de services adaptées aux besoins individuels. L'une des valeurs clés de la coopérative Pistor est de gérer ses activités non seulement avec succès, mais aussi de manière durable et à long terme. Une gestion parcimonieuse des ressources est tout aussi importante que le contact personnel d'égal à égal – de la commande à la livraison.

HALLE 2, STAND CP20

www.pistor.ch

Annonces

CLUB NAUTIQUE DE VERSOIX

OPPORTUNITÉ EXCEPTIONNELLE

REPRISE RESTAURANT & BUVETTE AU BORD DU LÉMAN (CNV VERSOIX)

Le Club Nautique de Versoix (CNV) recherche son futur partenaire pour la gérance ou la direction de son complexe de restauration pour la période 2027-2028.

Notre ambition : développer le concept **« Le Gypset »**, dans un esprit *Hippie Chic & Recycled*, alliant convivialité, élégance décontractée et démarche responsable.

Les atouts du site :
- Emplacement privilégié au bord du lac Léman, à la frontière des cantons de Genève et de Vaud, avec une vue panoramique exceptionnelle.
- Plus de 600 membres actifs et une importante clientèle locale, résidentielle et professionnelle.
- Trois espaces de restauration complémentaires :
  – **Restaurant panoramique** au 1er étage, environ 70 couverts intérieurs et extérieurs.
  – Buvette du Port, ouverte durant la saison estivale.
  – Rotonde, espace lounge, bar des membres et lieu d'évènements.

Deux modèles de collaboration possibles :
Option A – Gérance libre : exploitation indépendante du complexe de restauration.

Option B – Direction salariée avec intéressement : gestion opérationnelle des établissements, avec salaire fixe et rémunération variable attractive liée aux performances.

Entrée en fonction : janvier 2027

Pour postuler : Merci d'adresser votre dossier (CV, références et présentation de votre projet) à **sports@cnv.ch** ou de nous contacter au **079 909 12 90**.





Chez Cartouche

AUTHENTIQUE ET ACCUEILLANTE PINTE VILLAGEOISE, NICHÉE AU CŒUR DU HAMEAU DU VIEUX-LULLY, À BERNEX, LE RESTAURANT CHEZ CARTOUCHE S'EST TAILLÉ DEPUIS LONGTEMPS LA RÉPUTATION DE « PARADIS POUR LES AMATEURS DE METS AU FROMAGE ». AUTRE SINGULARITÉ : À L'ÈRE DE L'ORDINATEUR ET DU TÉLÉPHONE PORTABLE, L'ÉTABLISSEMENT S'OFFRE LE LUXE, RARISSIME DE NOS JOURS, D'IGNORER INTERNET ET LES RÉSEAUX SOCIAUX. INUTILE DE CHERCHER, IL N'A PAS DE SITE SUR LA TOILE !

par Georges Pop

« En ce qui nous concerne, le bouche-à-oreille marche très bien. L'affluence est continue… Et puis un site, ça doit s'entretenir. Je n'ai vraiment pas le temps pour ça ! », explique Caroline Pulvin Daâli qui a repris la barre du restaurant en 2019, des mains de ses parents. Cette femme souriante et affable incarne, à 47 ans, la sixième génération à la tête de l'établissement.

UNE LONGUE HISTOIRE DE FAMILLE

« Du temps de mes arrière-grands-parents, le restaurant n'existait pas. Il y avait juste une épicerie et un café, le Café de la Charmille. Ce sont mes grands-parents qui ont fermé l'épicerie lorsque les camions de la Migros ont commencé à sillonner la campagne. Ma grand-mère a alors commencé à servir des fondues et des entrecôtes sauce marchand de vin », raconte-t-elle. Et le nom Cartouche ? « C'est le surnom que des ouvriers venus exécuter des travaux avaient donné à mon grand-père qui était chasseur. »

Une fois attablés, les hôtes du restaurant ont le choix entre cinq variétés de fondue, de savoureux Malakoffs faits maison, ainsi que de gourmandes croûtes au fromage… à cinq étages ! Mais Chez Cartouche le fromage ne monopolise pas la carte. « Nous proposons aussi des filets de perche et, régulièrement, de la longeole, des atriaux, des rognons, de la tête de veau, etc. », précise la patronne.

PRODUITS SUISSES ET DE PROXIMITÉ

Interrogée sur ses fournisseurs, elle esquisse un sourire : « je préfère garder mes petits secrets… Mais tout est suisse ou de proximité. Pour les légumes, par exemple, je me fournis auprès de l'Union maraichère. »

Outre Caroline et son mari Ahmed qui tient les fourneaux, la maison emploie deux personnes, l'une en salle et la seconde en cuisine.



Caroline Pulvin Daâli et son époux Ahmed. © Chez Cartouche

« Les temps sont difficiles pour la restauration, mais nous avons de la chance. Nous pouvons compter sur une clientèle très fidèle : les gens du village, mais aussi des clients qui nous fréquentent depuis longtemps et qui sont aujourd'hui à la retraite… Et puis la zone industrielle de Plan-les-Ouates n'est pas loin. Certains clients viennent à midi avec des collègues, sur notre belle terrasse à la belle saison, et ils reviennent le soir en famille. Oui, ça ne va pas trop mal ! », conclut notre interlocutrice.

IMPRESSUM

Le Cafetier
Journal romand bi-mensuel fondé le 1er octobre 1893
133e 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, Odile Habel, Géraldine Mûller, Sandrine Pally 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


6E
AOP
IGP
QUINZAINE DES SPÉCIALITÉS SUISSES
30.1-14.2.27
SWISS WINE
INSCRIVEZ-VOUS AVANT LE 9.11.2026
ET METTEZ EN AVANT
LES SAVEURS SUISSES AUTHENTIQUES :
SWISS WINE
Viande Suisse
Mon choix.
Notre Fromage Suisse
GASTROSUISSE
Pour l'hôtellerie et la Restauration
GILDE
TRANSGOURMET PRODEGA
AOP IGP
L'APPEL DU GOÛT

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



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
françois.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

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@gastroboucheriemolard.ch
www.boucheriemolard.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

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@vacherinfribourgeoisaop.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

AUTOMNALES

Le paradis des gourmands

Que vous soyez professionnel de la gastronomie, ou amateur passionné, vous aurez toutes et tous de bonnes raisons de fréquenter le Cook'n'pro et le Cook'n'show cette année. On fait le point avec Alessia Falvert, aux manettes avec Cécile Estibals de cette scène gourmande XXL. Interview.

PROPOS RECUEILLIS PAR MANUELLA MAGNIN



© Pierre Albouy

Alessia Falvert, le Cook'n'show s'est imposé sur la scène gastronomique romande depuis plusieurs années. Quid de la deuxième édition du Cook'n'pro destinée aux professionnels?
Ce salon B2B convainc de plus en plus. Il y aura d'ailleurs plus d'exposants cette année par rapport à l'an dernier. L'idée est qu'un chef ou un restaurateur qui passe le portique du Cook'n'pro trouve tout ce qui concerne son établissement. Nous avons par ailleurs fait coïncider cette année les concours professionnels avec le Cook'n'pro qui se tient du 6 au 9 novembre. Grande nouveauté également, nous proposons une application gratuite qui permet de prendre directement rendez-vous avec un fournisseur et un système payant pour les fournisseurs destiné à suivre leurs prospects.

Quels types de produits seront représentés sur les stands?
Des produits alimentaires, bien sûr. Des boissons avec ou sans alcool, du mobilier, mais aussi des services, comme des outils de paiement destinés aux professionnels de la restauration.

Vous réitérez cette année les désormais fameux Trophées du Cook'n'pro...
Effectivement! Les Trophées, et les coups de cœur du jury et du public, seront dévoilés sur la scène du Cook'n'show le lundi 9 novembre à 19h30. Ils récompenseront celles et ceux qui font vivre les métiers de bouche et contribuent chaque jour à l'excellence gastronomique régionale.

Ces Trophées distinguent l'engagement, la créativité, le savoir-faire ainsi que la qualité du travail et des produits. L'objectif est de créer une véritable vitrine pour les talents locaux et de renforcer les liens entre les acteur·rice·s de la filière gastronomique romande.

Le grand public n'est pas en reste non plus. Des nouveautés cette année?
Pendant toute la durée des Automnales, il y aura des animations, des ateliers, des concours amateurs, des masterclasses, sans oublier Arvinis qui s'installera sur l'espace du Cook'n'pro à partir du 12 novembre, et la journée des enfants le mercredi 11 novembre. Au menu notamment un atelier autour des raviolis italiens, un atelier consacré au menu de fêtes, une masterclass canard laqué et plein d'autres délices et tours de main à découvrir sur notre site internet.

//automnales.ch

DU NOUVEAU À LA TABLE DES SAVEURS

Envie de découvrir ou redécouvrir le talent des chefs de la région? Du 6 au 15 novembre, de concert avec la direction des Automnales, les Chef's Goutatoo ont légèrement revu la formule de la Table des Saveurs. Pas forcément pour attirer plus de monde, car chaque année les gourmets sont plus nombreux à prendre place dans cet espace pour se sustenter midi et soir, mais pour apporter un soupçon d'inédit.



Plusieurs menus seront réalisés à quatre et même six mains.

Le dimanche 8 novembre, la Table des Saveurs troquera le menu assis contre un parcours gastronomique, à déguster de stand en stand grâce à un Pass vendu 85.-.



LES CONCOURS PROFESSIONNELS

Un sacré show à ne pas rater!

Championnat Suisse des écailler·ères
Vendredi 6 novembre
15h30 à 18h30
Au programme : une épreuve de rapidité d'ouverture d'huîtres suivie de la réalisation d'un plateau de fruits de mer. Si le ou la lauréat·e est de nationalité suisse, il ou elle aura l'honneur de représenter notre pays au Championnat du monde des Écaillers en 2027.

Trophée international de la chocolatine et de la viennoiserie moderne
Samedi 7 novembre
10h à 13h
Pour la première fois, les Olympiades de la Gastronomie, Edouard Morand et Patrick Bovon organisent, aux Automnales, la sélection suisse du Trophée international de la chocolatine et de la viennoiserie moderne. Une matinée et deux épreuves : douze chocolatines classiques et douze viennoiseries modernes, entièrement fabriquées sur place, avec tourage au rouleau exigé. À quoi s'ajoute la conception d'un présentoir 100% comestible sur le thème « Suisse, terre d'excellence ». À la clé ? Le titre de Champion·ne du Trophée pour la Suisse et une qualification pour la finale mondiale 2027 à Toulouse.


© Daniele Dangelo

Swiss Ethic Pastry Award
Samedi 7 novembre
13h à 21h30
Un concours dédié à la pâtisserie et chocolaterie écoresponsable, valorisant créativité artistique et engagement durable. Les candidat·es réaliseront un parcours narratif en chocolat, 15 petits gâteaux St Honoré (revisitables) et un dessert de saison à partager. La provenance des matières premières, l'éthique de production et la lutte contre le gaspillage seront des critères clés. Chaque candidat·e sera épaulé·e par un·e apprenti·e de 3e année tiré·e au sort.



Chef's Goutatoo Challenge
Dimanche 8 novembre
10h à 16h
Cette compétition met à l'honneur les apprentis de 2e année en cuisine, en cours de formation. Le concours sera présidé par le Chef MOF Philippe Joannès.
Les candidats devront réaliser une entrée surprise à base de pâtes fraîches. Pour le plat principal, ils devront magnifier un carré de porc GRTA, escorté d'une sauce, d'un féculent et de deux légumes, dont du Cardon épineux genevois AOP. Le gagnant aura le grand honneur d'être sélectionné pour la finale suisse des Jeunes Talents Escoffier 2027.

Cook'n'mix
Dimanche 8 novembre
16h30 à 19h30
Concours professionnel dédié aux barmans et barmaids de Suisse romande. Les candidat·es s'affrontent en sessions de 4, pour un total d'environ 30 participant·es. Chacun·e dispose de 10 minutes pour préparer, présenter et faire déguster sa propre création originale au jury. À l'issue de cette première phase, le jury sélectionne 3 finalistes qui s'affrontent lors d'une épreuve décisive : un panier mystère dévoilé sur le moment, avec 45 minutes pour concevoir un cocktail innovant, du concept à la dégustation.

Cook'n'room service
Lundi 9 novembre
15h à 19h
Présidé par Susanne Welle, directrice de l'École Hôtelière de Genève, le Cook'n'room service réunit de beaux établissements hôteliers de Suisse romande. Ce concours met en scène des équipes hôtelières. Elles devront réaliser la meilleure salade César et une tarte au chocolat revisitée.



Les concours amateurs

Passionnés de cuisine et de pâtisserie s'affrontent le dernier week-end des Automnales. Les inscriptions pour tenter sa chance sont encore ouvertes jusqu'au mercredi 28 octobre !

MANUELLA MAGNIN

Cook'n'star
Samedi 14 novembre
10h à 14h30

Présidente du jury : Elodie Bichet

Concours en binôme entièrement dédié à l'entremets, autour de deux saveurs imposées : les agrumes et le praliné. Chaque duo devra réaliser deux entremets pour 6 personnes, avec 1h25 de cuisine en solo pour chacun·e, avant de se retrouver pour les 10 dernières minutes à quatre mains. Deux personnes du public seront tirées au sort pour rejoindre le jury et départager les créations. Un concours gourmand et complice, pour célébrer la mémoire de Guillaume Bichet.

Cook'n'pimp my cake
Samedi 14 novembre
15h30 à 20h30

Président du jury : Nelson Piçarra Da Silva
(Directeur de Mes Gâteaux Cake Design)

Un concours de cake pas comme les autres : ici, on ne pâtisse pas, on décore ! Sur un gâteau à deux étages (en sagex), les participants sont invités à donner vie à leur inspiration autour du thème « jungle » (végétation luxuriante, animaux sauvages, ambiance exotique…).


© La Meuh'ringue

Cook'n'meuh
Dimanche 15 novembre
9h à 14h30

Président du jury : Frédéric Graf
(Fondateur de La Meuh'ringue)

Un concours 100% suisse ! Au programme : 10 meringues à réaliser pour séduire le jury par leur goût et leur technicité, puis une sculpture en meringue inspirée de la Suisse pour laisser parler votre créativité. Une journée conviviale où précision, imagination et bonne humeur se disputent la première place, avec un seul objectif : faire fondre le jury, pas les meringues !

Cook'n'burger
Dimanche 15 novembre
15h à 18h

Président du jury : Maïko et Bastien Nicolet
(Fondateurs des restaurant Inglewood)

Le Cook'n'show et Inglewood remettent le couvert pour la deuxième édition du Cook'n'burger ! Le principe : composer votre propre recette à partir d'ingrédients révélés le jour même, et convaincre le jury en seulement 1h30 chrono. À la clé pour le ou la gagnant·e : voir sa création devenir LE burger du mois dans tous les établissements Inglewood, ainsi qu'un mois de burgers offerts.


© Inglewood



PUBLIREPORTAGE

LA MAISON NORDIQUE : L'EXCELLENCE GASTRONOMIQUE AU SERVICE DES CHEFS SUISSES

Depuis près de 30 ans, La Maison Nordique accompagne les professionnels de la haute gastronomie dans leur recherche de produits d'exception. Présente en Suisse depuis 2020, cette maison familiale met son savoir-faire et son exigence de qualité au service des plus belles tables.



Fondée en 1997, La Maison Nordique s'est imposée comme une référence dans la sélection et la distribution de produits gastronomiques haut de gamme. Son ambition est restée la même au fil des années : parcourir le monde à la recherche de produits remarquables et les rendre accessibles aux chefs les plus exigeants.

En Suisse, La Maison Nordique Suisse propose une gamme soigneusement sélectionnée, où se côtoient les grands classiques de la gastronomie et des spécialités recherchées par les cuisines contemporaines.

Du caviar de Sologne aux produits de la mer d'exception

Le caviar occupe une place emblématique au sein de La Maison Nordique, qui dispose de son propre élevage d'esturgeons en Sologne, en France. Un véritable atout qui témoigne de son engagement pour la qualité, la traçabilité et la maîtrise de ses produits.

Mais l'offre va bien au-delà : Saumons fumés élaborés dans son propre fumoir en France, King Crab, Black Cod, Chilean Sea Bass, Rock Shrimps ou encore Wagyu japonais composent une gamme destinée aux chefs à la recherche de produits rares et de qualité.

La Maison Nordique propose également une sélection de spécialités asiatiques et de produits surgelés premium permettant aux professionnels de renouveler leurs créations culinaires.

Un partenaire de proximité pour les professionnels

Implantée en Suisse romande, LMN Suisse privilégie une relation directe avec les chefs et les établissements qu'elle accompagne. Réactivité, régularité des approvisionnements et connaissance des produits constituent les fondements de cette collaboration.

Déjà présente auprès de plusieurs établissements prestigieux, La Maison Nordique Suisse poursuit son développement avec une conviction : la qualité d'un grand plat commence toujours par celle de ses ingrédients.

RETROUVEZ LMN SUISSE AU COOK'N'PRO, STAND CP51, À PALEXPO GENÈVE, DU 6 AU 9 NOVEMBRE 2026.

www.lamaisonnordique.ch

