

Fourchette & Couteau



LA RECETTE: LA DURABILITÉ

*Une carte résolument durable
est possible*

Une carte qui évolue

Entretien avec la nutritionniste Hanni Rützler sur les tendances alimentaires et les attentes de la clientèle. >> Page 8

Conseils en matière de durabilité

Sept mesures qui peuvent être mises en œuvre dans pratiquement tous les établissements. >> Page 10



Laura et Sandro Bianchin s'impliquent avec plaisir et engagement dans la durabilité et ne font guère de compromis à l'Ecluse.

Photo page de titre: Pour commencer, une trilogie de porc - poitrine de porc, tacos au masque de porc et chicharrones de peau de porc.

Le restaurant biennois l'ecluse accorde une attention particulière aux besoins de sa clientèle en matière de durabilité et de transparence: la viande provient d'élevages respectueux des espèces et correspond, comme le reste de la carte, à l'offre de productrices et producteurs des environs. Les propriétaires, Laura et Sandro Bianchin, expliquent comment il est possible de créer une cuisine durable et savoureuse, sans faire de compromis.

DURABLE, GLOBAL, ÉCONOMIQUE

Les concepts de restauration durable sont plus que jamais d'actualité, et ce pour de bonnes raisons. La clientèle d'aujourd'hui veut savoir ce qu'elle mange, d'où proviennent les ingrédients et qui les a produits, récoltés et détaillés. Parallèlement, l'utilisation d'ingrédients de saison et régionaux devient de plus en plus importante. Difficile d'égaliser un produit de saison en matière de vitamines et de saveur. S'il provient en plus de la région, cela réduit les distances et les coûts de transport ainsi que les déchets d'emballage et les émissions de CO₂.

L'ecluse est un exemple parfait et une entreprise modèle dans ce domaine. Tous les aliments proviennent d'un rayon de 50 kilomètres. La gastronomie circulaire est la devise de Laura et Sandro Bianchin. Il est donc temps d'en savoir plus sur leur concept et leur façon de travailler.

Cuisine de saison avec des produits régionaux

Depuis mai 2021, ils cherchent à prouver avec l'ecluse que même de grands établissements peuvent être gérés de manière durable. Aujourd'hui, ils sont convaincus que cela fonctionnerait même s'ils avaient plus de places.

«L'essentiel est d'abandonner l'idée que tout doit toujours être disponible, explique Laura Bianchin. Les perches du lac de Biene ou le gibier de la région ne sont disponibles qu'en quantités limitées.» Elle considère qu'il est de son devoir de sensibiliser et d'expliquer. La première étape dans ce sens est que l'ecluse ne dispose d'aucune carte des menus. «Comme la nature, notre carte change parfois tous les jours, explique Sandro Bianchin. Dans ce contexte, une carte imprimée ne nous ferait que gaspiller inutilement du papier et du temps.» La carte se consulte donc uniquement au moyen d'un code QR ou sur une ardoise, ce qui permet de la modifier facilement et d'économiser des ressources.

Le circuit de l'ecluse

Avec leur concept, Laura et Sandro Bianchin veulent contribuer au développement de la région, créer une communauté. «Ce qui ne peut réussir que si l'on y implique les personnes concernées, à commencer par les productrices et producteurs», Sandro Bianchin en est convaincu. Tout ce qui se passe à l'ecluse et sa carte sont donc entièrement déterminés par le travail et la récolte des personnes qui produisent les fruits et les légumes, la viande et le poisson, le vin et la bière. C'est ainsi que le cycle de l'ecluse se met en place: pour

éviter la surproduction, Laura et Sandro Bianchin participent à la planification des cultures en communiquant leurs besoins à l'avance. «Garantir l'achat facilite le travail des agricultrices et agriculteurs tout en leur permettant d'expérimenter. Parce qu'ils savent que nous sommes ouverts à cela et qu'il nous est possible d'adapter notre carte à tout moment.» Le cycle se termine après le repas: les déchets de cuisine sont compostés dans le jardin du restaurant et l'humus qui en résulte sert d'engrais pour des plates-bandes surélevées.



À l'Ecluse, le restaurateur, l'éleveur et le boucher décident ensemble à quel moment quel animal sera bouchoyé. Répondant ainsi entièrement aux souhaits du restaurant.



«La valorisation entière des animaux confirme les agricultrices et agriculteurs dans un élevage respectueux des animaux.»

Des partenariats étroits, des distances de transport réduites

D'autres principes importants à l'ecluse: Laura et Sandro Bianchin réduisent les trajets de livraison, les partenariats avec les productrices et les producteurs sont réfléchis et étroits. L'acte d'achat n'est donc pas seulement une question d'approvisionnement, mais aussi d'échange. «Nous nous intéressons aux produits dans leur globalité: la plantation, la culture, les caractéristiques de telle variété ou de telle race.» C'est de là que proviennent les histoires qu'ils intègrent dans les plats et qu'ils racontent ensuite à la table. Un engagement en faveur de la région que la clientèle apprécie beaucoup. Qu'elle vienne de Bienne ou de plus loin.

Valorisation entière des animaux

À l'ecluse, des partenariats étroits avec des producteurs durables, tout en restant rentables, marquent également l'achat de viande. «Dans l'esprit du «Nose to Tail», nous achetons des animaux entiers et les faisons découper par notre boucher maison, Cédric Junod», explique Sandro Bianchin. Pour ce faire, Cédric Junod

bénéficie du soutien des apprenti-e-s de l'ecluse. «Un accord qui nous profite doublement: nos jeunes apprennent beaucoup sur les produits et la manière de faire, et en plus, Cédric Junod nous crédite leur travail.»

Une situation gagnant-gagnant, pour les éleveuses et éleveurs aussi: «Pouvoir vendre des animaux entiers leur donne une sécurité d'achat. De plus, notre approche globale les conforte dans un élevage respectueux des animaux. Les attitudes et les valeurs partagées jouent un rôle important dans notre façon d'acheter.» Cela commence déjà par le choix de l'animal. Pour cela, Sandro Bianchin se rend dans l'exploitation et sélectionne un animal avec l'éleveuse ou l'éleveur. «Cela demande parfois un peu de patience. L'animal choisi n'est pas toujours prêt à être abattu.» Dans ce cas, l'avis de l'éleveuse ou de l'éleveur l'emporte. Si l'animal a encore besoin d'un mois, Sandro Bianchin et Cédric Junod attendent. Après l'abattage, la viande arrive à La Neuveville chez Cédric Junod. Il la décroche, la découpe et la prépare pour la suite du transport vers Bienne.

«Cela laisse le temps aux idées d'émerger, explique Sandro Bianchin. De l'épaule, avec ou sans os, de gros ou de petits morceaux: Cédric Junod et les apprenti-e-s découpent la viande exactement comme nous le souhaitons.» Une communication claire et un étiquetage précis sont alors nécessaires. «Lors du premier animal entier, nous avons payé un lourd tribut.» Mais maintenant que nous planifions tout avec précision et que chaque personne sait ce qu'elle doit faire, le processus a été simplifié par l'achat d'animaux entiers. Ou comme Sandro Bianchi résume: «La première vache a été difficile et chaotique, dès la deuxième, nous avons commencé à apprécier, puis la troisième était parfaitement planifiée.»

Authentique et savoureux

L'échange permanent avec les productrices et producteurs apporte encore d'autres avantages, par exemple de nouvelles races comme le bœuf Wagyu-Simmental. «Une viande extraordinaire, s'enthousiasme Sandro Bianchin. Elle réunit le meilleur de deux mondes: le fondant et le persillé du Wagyu et la saveur aromatique de la Simmental.» Indépendamment de la race et de l'espèce animale, la règle est la suivante: tout est valorisé. En témoignent, entre autres, les tacos à la peau de tête de porc, les oreilles de porc transformées en amuse-bouche et les poumons de bœuf garnis de mayonnaise.

Les plats audacieux sont toujours précédés d'une intense phase d'expérimentation et de test. «J'ai appris beaucoup de choses sur la transformation de la viande lors de mes voyages au Mexique», raconte Sandro Bianchin. Mais la plupart du temps, c'est une question de ressenti. Faire simple et ne pas avoir peur de se lancer.» Pour les poumons, il s'agissait surtout d'équilibrer leur saveur très amère. Nous avons finalement trouvé la solution: les

faire bouillir longtemps dans du vinaigre de vin blanc, les paner avec de la farine de lentilles et les frire. Une manière de faire que l'équipe de cuisine renouvelle régulièrement, avec du bœuf, du cerf, ou justement avec le porc mentionné. L'essentiel est qu'il ne reste rien de l'animal à la fin.

De telles compositions ne peuvent être commandées à la carte, mais figurent au menu de dégustation du soir. Et là aussi, la clientèle a le choix: «L'équipe de service lui demande toujours si elle souhaite savoir ce qu'elle mange avant ou après le plat en question. Nous ne voulons pas imposer nos idées folles à qui que ce soit.»

ACHETER DES ANIMAUX ENTIERS: DURABLE AUSSI D'UN POINT DE VUE ECONOMIQUE

Il ne fait aucun doute que l'achat d'animaux entiers est judicieux d'un point de vue écologique. Sandro Bianchin se prononce clairement en faveur de cette solution, notamment pour des raisons financières: «L'opinion selon laquelle acheter et cuisiner durablement coûte toujours cher à la vie dure. J'ai fait l'expérience qu'acheter un animal entier est économiquement beaucoup plus intéressant que de commander juste la ration hebdomadaire. Bien sûr, au premier abord, le montant paraît élevé. Mais lorsque l'on ramène ce prix à un seul morceau de viande, il est nettement plus avantageux.»

S'il achetait la même quantité en portions, la facture serait beaucoup plus élevée. Ce mode d'achat s'inscrit donc parfaitement dans la conception fondamentale de la durabilité de l'ecluse: «Pour que notre travail soit durable, il doit être rentable financièrement.»



Les points roses sur la carte murale permettent de voir en un coup d'œil d'où proviennent les produits. Comme si les productrices et producteurs étaient assis à la table.



Conserver, fermenter, expérimenter, surprendre

Laura et Sandro Bianchin misent systématiquement sur la provenance régionale, pas uniquement pour la viande. On cherche en vain des citrons et de l'huile d'olive, par exemple, dans la cuisine. Au lieu de cela, ils fabriquent de l'acide en faisant fermenter des légumes et utilisent uniquement des huiles d'origine locale. Un autre élément important est la mise en conserve à la manière de nos grands-mères: ainsi, l'été se prolonge pendant toute l'année à l'ecluse. «Nos bocaux remplissent une cave entière», explique Sandro Bianchin pour illustrer l'importance de la mise en conserve. Effet secondaire pratique: les trésors en conserve servent également de décoration dans le restaurant au moment où ils sont utilisés.

Le fumage, le saumurage et la fabrication de confits font également partie des activités quotidiennes, et Sandro Bianchin et son équipe de cuisine recourent régulièrement à des infusions d'herbes, à des crunchs et à de la graisse. «J'aime assaisonner, jouer avec différentes textures et acidités, expérimenter, s'enthousiasme-t-il. Nous donnons ainsi à nos plats la touche «ecluse», notre signature.» Dans un rôti haché, cela ressemble à ceci: la graisse noble de bœuf Wagyu et du pain au levain rassis donnent un coup de pep supplémentaire. Lorsque les ingrédients sont de qualité, il ne faut pas grand-chose pour faire un bon plat, Sandro et Laura Bianchin en sont plus convaincus que jamais après bientôt deux ans à l'ecluse.

Rendre l'engagement visible et tangible

Ils ont également envie de transmettre leur approche et leur engagement à leur clientèle et au monde entier. Dans l'établissement, un pan de mur entier est réservé à leurs fournisseurs. Grâce aux points roses sur la carte, la clientèle peut voir d'où provient chaque ingrédient. La carte des boissons rend accessible une partie des textes du site internet en format analogique et donne un aperçu divertissant de la philosophie de l'ecluse et du circuit dans lequel l'établissement s'inscrit.

Des histoires que l'équipe de service a toujours à disposition – lors de l'accueil et après, lors de la commande ou au cours du repas. Les Circular Wednesdays sont l'occasion d'approfondir encore le sujet: chaque dernier mercredi du mois, un menu à deux plats met l'accent sur un aspect de la circulation. Les circuits font partie de l'inventaire de l'ecluse.



«Nose to Tail» à la manière de l'Ecluse: en haut, cou de bœuf braisé avec choucroute et pruneaux séchés maison; en bas, joue de porc sur bramata du Seeland.



ENSEMBLE, DURABLEMENT

Laura et Sandro Bianchin sont des entrepreneurs gastronomiques dans l'âme, également engagés dans le développement durable. Dans les deux domaines, ils estiment que leurs collaboratrices et collaborateurs sont au moins aussi importants qu'eux-mêmes: «Personne ne peut tout faire tout seul, surtout dans la gestion d'un restaurant, explique Laura Bianchin. Les tâches sont très diverses. C'est pourquoi nous déléguons des responsabilités, responsabilisons et soutenons nos collaboratrices et collaborateurs, les impliquons et les laissons faire.» Outre la marge de manœuvre que Laura

et Sandro Bianchin acquièrent ainsi en matière de stratégie, la crédibilité de leur concept augmente. «Nous devons donner l'exemple de la durabilité et la mettre en pratique, dit Sandro Bianchin. Mais notre approche ne peut être vraiment efficace que si nos collaboratrices et collaborateurs la comprennent, la diffusent et y réfléchissent.» Avantage supplémentaire des hiérarchies horizontales: le partage des responsabilités favorise la satisfaction et la motivation des collaboratrices et collaborateurs.

QUE MANGE- RONS-NOUS AU RESTAURANT À L'AVENIR, MADAME RÜTZLER?



Nutritionniste et psychologue de la santé de renommée internationale, Hanni Rützler analyse depuis plus de 25 ans l'évolution de la culture alimentaire, notamment pour le célèbre «Food Report». Nous l'avons interrogée sur les changements dans le secteur de la gastronomie et sur la manière dont les restauratrices et restaurateurs peuvent s'y préparer.

Quelles sont les tendances alimentaires marquantes du moment et leur influence sur les besoins de la clientèle et donc sur la gastronomie?

Nous vivons une période mouvementée qui n'épargne évidemment pas la gastronomie. Nos assiettes reflètent tous les aspects de la vie sociale, les besoins, les valeurs, les aspirations et les problèmes changeants qui se répercutent sur les tendances alimentaires. À mon avis, ces dernières découlent des mouvements de changement et des processus de transformation à long terme dans nos cultures alimentaires. Elles se distinguent donc nettement des modes saisonnières ou des microtendances propagées

par les médias, les influenceuses ou les influenceurs.

Depuis quelques années, les tendances reflétant la prise de conscience et le changement des valeurs relatives à notre responsabilité envers la nature sont particulièrement répandues, à l'image des mots-clés crise climatique et biodiversité. Donc toutes les tendances autour des sujets globaux de la durabilité et de la santé. Cela va de «Local et brut» à «Zero Waste», de «Local Exotics» à «Plant-based Food», de «New Glocal» à une tendance que je nommerais «Real Omnivore».

Même si la notion de durabilité est encore abstraite ou vague pour beaucoup de personnes, on peut dire, en s'inspirant de Paul Watzlawick, qu'«on ne peut pas ne pas communiquer» avec des aliments. Proposer uniquement des plats à base de viande ou ne pas fournir d'informations sur la provenance des aliments montre que la durabilité et le bien-être des animaux ne sont pas si importants. Mais il est désormais évident que les efforts pour un avenir meilleur et plus durable se décident aussi dans nos assiettes, surtout chez les jeunes client-e-s qui attendent de la gastronomie qu'elle adapte ses menus en conséquence.

Quelle est l'importance de la tendance New Glocal pour la gastronomie?

Un accent accru sur la saisonnalité et des chaînes d'approvisionnement plus courtes et plus transparentes gagnent en importance, en particulier pour les produits que l'on ne trouve pas dans la région, comme les poissons issus d'un élevage durable ou le riz bio. Ce sont des étapes importantes vers plus de résilience et de durabilité de nos systèmes alimentaires. La restauration haut de gamme compte depuis des années de nombreux représentant-e-s de cette tendance qui misent principalement sur des produits de base régionaux et de saison, et transforment uniquement des aliments importés en cas d'absence

de produits régionaux. Chaque restauratrice et restaurateur doit sans cesse repenser ce «sens» pour lui-même et être en mesure de le communiquer de manière crédible à sa clientèle.

Quelle importance la clientèle accorde-t-elle à la durabilité?

Dans presque tous les sondages à ce sujet, une grande partie des hôtes exprime le fait que la durabilité est une préoccupation centrale pour eux, même si cela n'est pas facile en période de renchérissement. De mon point de vue, il ne s'agit pas d'économiser en soi, mais de pondérer plus consciemment chaque budget. Dans ce contexte, les cuisinières et cuisiniers et les restauratrices et restaurateurs sont appelés à proposer des offres correspondantes, à adapter leur carte, à créer de nouveaux plats sur la base de produits de base moins chers, mais tout aussi attrayants sur le plan culinaire. En matière de viande, il n'est pas toujours nécessaire de choisir du filet.

Qu'attend concrètement la clientèle qui se rend dans un restaurant qui propose une carte avec de la viande?

Certaines personnes continuent à rechercher de grandes portions et un bon rapport qualité-prix. D'autres personnes amatrices de viande, marquées par les débats de plus en plus éthiques sur la consommation de viande, souhaitent savourer en toute bonne conscience. Une plus grande transparence et plus d'informations dans le sens d'une meilleure valorisation de l'animal entier sont nécessaires. Il faut plus de créativité dans le traitement des abats et d'autres parties des animaux injustement moins appréciées. Les personnes flexitariennes constituent un autre groupe qui ne voit pas d'inconvénient à ce que la viande ne joue qu'un rôle secondaire dans un menu élaboré. À condition que les autres composants du plat ravissent les papilles.

Quelles conditions un menu avec de la viande doit-il remplir pour satisfaire entièrement la clientèle?

Le plaisir va toujours au-delà d'un plaisir purement sensoriel. De l'expérience, des connaissances et une attention centrée sont nécessaires pour pouvoir savourer. La viande doit donc aussi être «imaginable», et cela ne sera possible à l'avenir que si elle est produite dans des conditions d'élevage et d'alimentation respectueuses et en valorisant l'animal. En tant que client-e, on se sent tout simplement mieux dans les établissements qui s'inspirent de ces principes de manière créative, authentique et compréhensible.

Comment les restauratrices et restaurateurs peuvent-ils répondre à ces nouveaux besoins? Qu'est-ce qui doit changer?

Les concepts-clés sont la transparence sur l'origine et les conditions de production, l'accent sur une politique d'achat régionale et équitable, et l'information à la clientèle sur la «philosophie de l'établissement». Il s'agit d'indiquer les raisons pour lesquelles on a décidé de proposer plus de plats végétariens ou d'augmenter la proportion de légumes par rapport à la viande.

Quelle sera l'importance de la viande dans l'offre gastronomique de demain? Quelles seront les nouvelles opportunités pour la gastronomie?

Au cours de la prochaine décennie, la viande sera confrontée à la concurrence croissante de produits de substitution à base de plantes et de nouveaux produits carnés issus de la culture cellulaire. Dans de nombreuses régions, on se pose la question de savoir où et quel type de production de viande aura un sens à l'avenir. Pour les régions alpines, la réponse semble évidente: des bovins et des moutons y sont nécessaires pour entretenir les prairies, stabiliser le sol, favoriser la diversité des herbages et préserver ainsi un paysage culturel séculaire. La question de savoir quelles races et avec quelle intensité nous voulons élever ces animaux reste ouverte. Mais dans ce domaine également, la solution résidera dans la diminution de la production et la concentration sur une meilleure qualité d'élevage et de préparation.

HANNI RÜTZLER

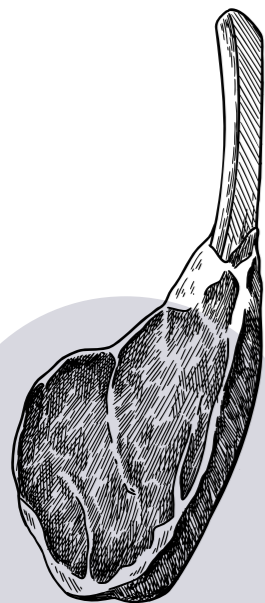
est née en 1962 à Bregenz. Elle a étudié l'écologie à la Michigan Technology University, aux États-Unis, ainsi que la nutrition, la sociologie et la psychologie à l'Université de Vienne. Parmi de nombreuses autres fonctions, elle est depuis 2004 conférencière du Zukunftsinstitut à Vienne et à Francfort et depuis 2014 membre du jury du Zukunftspreis de l'Internorga – le salon de la gastronomie et de l'hôtellerie à Hambourg. En collaboration avec le Zukunftsinstitut, elle rédige chaque année depuis plus de dix ans le «Food Report», considéré comme une publication d'avant-garde pour le commerce et la gastronomie.

Petits leviers, grands effets:

CONSEILS POUR PLUS DE DURABILITÉ

Même les plus grands changements commencent par de petits pas. Ces sept recommandations d'actions, prises individuellement, peuvent avoir de l'effet – et encore plus en les combinant.

1



Misez sur les producteurs et fournisseurs régionaux

Tout ce qui provient de la région réduit les distances et les coûts de transport et de stockage, les déchets d'emballage et les émissions de CO₂. De plus, cela renforce l'économie locale. Une raison supplémentaire: grâce aux prestations écologiques requises (PER) introduites en 1992, pratiquement tous les produits agricoles suisses présentent une efficacité environnementale élevée. Cherchez et entretenez donc des contacts avec des fermes et des productrices et producteurs de votre région afin de rendre votre offre plus durable.

2



Valorisez entièrement les animaux et les végétaux: «Nose to Tail» et «Leaf to Root»

Un animal peut être valorisé entièrement, du museau à la queue. Laissez-vous conseiller par votre boucherie locale. D'autres astuces de valorisation sont les Special Cuts, la fermentation et la transformation de «produits moches», c'est-à-dire de fruits et légumes présentant des défauts. Les végétaux peuvent également être utilisés dans leur intégralité, de la racine à la feuille.

3



Évitez le Food Waste

Mesurez régulièrement la quantité de vos déchets alimentaires, trouvez-en la cause et fixez-vous des objectifs de réduction. Des achats bien planifiés et une valorisation entière aident à y parvenir. Tout comme le Front Cooking et la réduction de la taille des portions ou des assiettes.

4



Achetez des produits de saison

On ne peut parler de légumes et de fruits de saison que lorsqu'ils mûrissent dans des conditions naturelles. Pour être durable, le mieux est de miser sur la saisonnalité des produits: remplacez les produits exotiques importés par avion par des produits régionaux de saison.

6



Optez pour des labels durables

Dans la mesure du possible, achetez des produits portant des labels qui garantissent des normes de production durables et respectueuses des espèces, comme:

- Suisse Garantie (origine CH, prestations écologiques requises [PER], sans OGM);
- IP-Suisse (production intégrée);
- SRPA (sortie régulière en plein air);
- SST (système de stabulation particulièrement respectueux des animaux);
- Éco-score (échelle de l'écobilan en fonction des distances de transport, du caractère saisonnier, de la conservation, des normes de production et de l'empreinte carbone).

5



Communiquez avec vos hôtes

La plus belle carte est inefficace si elle n'est pas accompagnée de mesures de communication adéquates. Dans l'esprit du vieil adage «Fais le bien et parles-en», faites savoir à vos hôtes ce que vous faites pour la durabilité et l'importance que vous accordez aux produits et aux productrices et producteurs régionaux. De plus, la transparence crée la confiance: communiquez ouvertement sur la provenance des produits et sur vos fournisseurs.

7



Formez vos collaboratrices et collaborateurs

Même de petits changements ne sont possibles que si votre personnel est informé et motivé. Sensibilisez vos collaboratrices et collaborateurs à l'importance des objectifs écologiques et durables, confiez-leur des responsabilités et encouragez la réflexion et la communication – également vis-à-vis de vos hôtes.



CUISINER DE BONS PLATS ET EN PARLER

Hansjörg Ladurner et son équipe savent comment chaque animal est élevé et où pousse chaque légume. Cela se mange aussi aisément que cela se transmet aux hôtes. Une délicieuse leçon de communication.



Au Scalottas Terroir de Lenzerheide, tout tourne autour du produit, et pas seulement lorsqu'il arrive dans la cuisine de Hansjörg Ladurner. Originaire du Tyrol du Sud, il veut savoir d'où viennent ses ingrédients, comment ils poussent et se développent, avec quel savoir-faire ils sont affinés. Il connaît personnellement toutes ses productrices et producteurs et quiconque souhaite collaborer avec lui doit partager sa philosophie de la durabilité. Hansjörg Ladurner est entièrement acquis à l'idée du terroir: avec son sous-chef René Bissig, il transforme en plats les particularités culinaires de l'environnement alpin autour de Lenzerheide.

Ces plats ne composent pas un menu fixe, mais sont servis en petites portions que les clients assemblent à leur guise. Toutes les compositions ont en commun une proximité avec la nature, un goût et des histoires extraordinaires qui sont les bases de la communication avec les hôtes.

Un voyage pour les papilles et les idées

Hansjörg Ladurner et son équipe imbriquent des histoires partout: sur le site internet, dans le journal de l'établissement, dans le menu et, presque le plus important, à table. Que ce soit en matière de nourriture ou de boissons, ils mettent en évidence des liens, créent des

associations, expliquent les techniques de transformation et racontent des anecdotes. De façon si personnelle et authentique qu'à la fin de la soirée, les hôtes repartent avec le sentiment d'avoir visité en un éclair toutes ces personnes, ces animaux et ces champs de légumes. L'équipe du Scalottas prend ses informations directement à la source: «Plusieurs fois par an, nous visitons nos productrices et producteurs, nous allons voir des troupeaux, découvrons des caves à fromage, des séchoirs à viande et des châtaigneraies, explique Hansjörg Ladurner. Car on garde mieux en mémoire ce que l'on voit de ses propres yeux que ce que l'on lit dans les manuels. Je veux que mes collaboratrices et collaborateurs racontent leur histoire, pas la mienne.»

Des hôtes en visite chez les productrices et producteurs

À leur demande, les hôtes peuvent également obtenir un aperçu. L'été dernier, Hansjörg Ladurner a emporté sept fois de la soupe et du thé lors de tournées avec des hôtes. Parfois sur un alpage, parfois sur le «BergAcker» (pâturage de montagne) qui fait partie du Scalottas. D'une part en raison des anciennes variétés de céréales, de pommes de terre et de haricots qui y poussent, d'autre part à des fins d'illustration. «Nos hôtes y rencontrent souvent l'équipe de service en train de travailler. Certains mettent même la main à la pâte.

On apprécie différemment un produit quand on y a travaillé soi-même.» Par ailleurs, le projet offre de multiples sujets de discussion pour des échanges personnels et des contenus passionnants pour la newsletter. Avec les cartes postales photo que les hôtes peuvent emporter en souvenir, le projet complète la communication du Scalottas.

De nouveaux hôtes grâce au réseau

Des partenariats étroits avec des productrices et producteurs fournissent des ingrédients et des histoires de première qualité et amènent de nouveaux hôtes. «Les visites guidées de la ferme, par exemple, sont des moyens fiables pour éveiller la curiosité, explique Hansjörg Ladurner. Tout comme notre paysan de montagne Bruno Hassler, qui conduit une calèche en hiver, et qui nous a déjà apporté de nombreux nouveaux hôtes.» Hansjörg Ladurner envoie les client-e-s qui ne se lassent pas de la viande des Grisons marbrée chez Jörg Brügger à Parpan. «Tout le monde est gagnant au final.» Son message est clair: «Mettez-vous en réseau avec des partenaires et des fournisseuses et fournisseurs régionaux. Cela vaut la peine à tout point de vue.»

PRODUITS ET HISTOIRES «D'ICI»

Pour Stefan Beer, le chef de cuisine du Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa, et Anastasia Mischukova, la gagnante du concours LCDJ, les produits régionaux sont de vrais produits de luxe. Au Radius by Stefan Beer, tous les ingrédients proviennent d'un rayon de 50 kilomètres autour d'Interlaken. Nous les avons observés préparer un canard d'Einigen et accompagnés dans leur visite chez une productrice.

Dans le travail quotidien d'Anastasia Mischukova, le nom en dit long: le restaurant du Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa, où la gagnante du LCDJ de l'année dernière cuisine sous la direction de Stefan Beer, s'appelle Radius by Stefan Beer. On y sert ce que des productrices et producteurs sélectionnés dans un rayon de 50 kilomètres sèment, cultivent et récoltent avec amour. Lancé comme alternative aux plats cinq étoiles classiques, «Z'Menü vo hie» (le menu d'ici) les a remplacés sur la carte du Radius. Personne ne les regrette, selon le chef. Il est convaincu qu'il enfonce ainsi des portes ouvertes, même dans un milieu cinq étoiles. «Peu importe d'où vient notre clientèle, notre concept l'enthousiasme. Elle apprécie la traçabilité des produits, les histoires et les visages qui s'y cachent ainsi que le lien avec l'environnement et en redemande.»

«Z'Menü vo hie» est né au moment du retour de Stefan Beer en Suisse. «Au cours de mes années à l'étranger, j'ai réalisé combien le lien avec la nature et les produits était important pour moi, tant sur le plan professionnel que privé.» Il éprouve tout simplement plus de plaisir à cuisiner avec des produits d'une telle qualité. Son objectif est donc d'acheter ses produits le plus près possible de chez lui.

Du canard indigène

Le rayon s'étend à 50 kilomètres actuellement. «Il englobe ainsi les crevettes de Berthoud et le safran de Malters.» Ce dernier entre dans la composition du plat que prépare Anastasia Mischukova sous nos yeux: un canard d'Einigen, «du bec au croupion». Normalement, la cuisinière est responsable de la cuisine froide. Le changement de poste n'entame en rien le soin et l'amour qu'elle porte à son métier et

aux produits. Elle s'emballe lorsqu'elle parle de Sandra Gertsch qui élève les canards pour le Radius à Einigen et propose toutes sortes de trésors. «Bien qu'elle gère seule sa ferme, elle est toujours ouverte à nos souhaits et à nos idées. De telles productrices valent de l'or», s'accordent à dire le chef et la jeune cuisinière talentueuse.

Donner et recevoir

Lors de notre visite à Einigen, on sent d'emblée que l'estime est réciproque: Sandra Gertsch, Anastasia Mischukova et Stefan Beer se saluent chaleureusement, se plongent directement dans la discussion et les rires, échangent sur ceci et cela. «Notre collaboration est très importante et enrichissante pour moi. En plus d'une bonne réputation, j'ai acquis beaucoup de connaissances», déclare Sandra Gertsch. Elle s'est également familiarisée avec l'élevage de pintades. Pour entretenir le paysage et par amour des races à croissance lente, elle élève en outre des Highland et ne ménage pas ses efforts pour l'assortiment de son magasin à la ferme. La culture de colza est le dernier projet de Sandra Gertsch: elle souhaite couvrir à l'avenir ses besoins en farine pour les produits de boulangerie de son magasin de la ferme avec ses propres céréales. Elle s'oriente vers ce qui pousse et s'épanouit sur les pentes surplombant le lac de Thoune, ce qui l'attire et ce que le Radius souhaite pour ses hôtes.



Jusqu'à présent, Stefan Beer ne s'est pas approvisionné en Highland auprès de Sandra Gertsch, mais: «Nous sommes les premiers sur la liste dès qu'un de ces animaux sera disponible à l'achat. Les races à croissance lente sont nos préférées.»



En bas, rillettes de canard confites dans de la graisse de canard, au milieu, endives braisées dans un fond de canard au safran, en haut, magret de canard rôti, touches de cornouiller et de pomme tout autour, fleurs de bleuet en décoration et fond de canard - c'est ce qu'Anastasia Mischukova et Stefan Beer nous préparent «d'ici».



LCDJ - le concours de «La Cuisine des Jeunes»

Le 8 mai, quatre jeunes cuisinières et cuisiniers montreront leur talent lors du prestigieux concours culinaire organisé au Welle7 Workspace. En 2,5 heures, ils tenteront de convaincre le jury avec leur burger signature et ses accompagnements. Suivez l'événement en direct sur les chaînes de médias sociaux de «La Cuisine des Jeunes». Plus d'informations sur lcdj.ch

Pour Anastasia Mischukova, le lien avec les produits est tout aussi important que pour Stefan Beer. «J'ai été élevée ainsi. C'est pourquoi j'apprécie beaucoup de travailler dans un endroit comme le Radius.»



Producteurs et fournisseurs

La nature nous tient à cœur. Pour cette raison, nous utilisons pour nos recettes des aliments régionaux produits de manière durable. Lors du choix de nos fournisseurs, nous veillons à une transformation soignée des matières premières et à un élevage respectueux du bien-être des animaux.

Petra Hartmann, Muldain
gâteau aux noix, soigne nos
poules suisses.

Regula Mani, Zorten
s'occupe de nos abeilles et extrait le miel
du Scalottas.

Sabina et Marcel Heinrich, Filisur
pommes de terre de montagne bio
de Filisur, farine de fèves.

Julia et Christoph Good, Mels
salade, légumes, patates douces.

Heidi et Marco Giovanoli, Val Bregaglia
polenta di Marco, châtaignes fumées,
farine de châtaigne.

Claudia et Georg Blunier, ferme bio Dusch
lentilles de montagne, farine de blé dur.

Irene Parpan, Lain
pain Gran Alpin cuit dans l'ancien four à bois
de Zorten.

Sandro Sutter, Vaz/Obervaz
Huile d'arole.

Maria Egenolf, Tiefencastel
farine Gran Alpin bio, produits céréaliers.

Terreni alla Maggia, Tessin
riz «Loto».

Rageth Comestibles, Landquart
sandre du lac Majeur.

Mattias Rook, Castello del Sole – yuzu.

MISEZ VOUS AUSSI SUR UNE CARTE DURABLE

Les entreprises de restauration peuvent rendre leur offre plus durable de nombreuses manières. L'une d'entre elles consiste à miser systématiquement sur la qualité suisse pour les plats de viande. Vous trouverez ici plus d'arguments en faveur de la viande produite localement et de nombreuses informations sur la provenance, le bien-être des animaux et la durabilité:

viandesuisse.ch

Restez informé-e-s en vous abonnant à «Fourchette & Couteau»



La différence est là.

Souhaitez-vous recevoir gratuitement quatre fois par an les dernières tendances de la gastronomie et des histoires passionnantes sur la viande? «Fourchette & Couteau» de Viande Suisse vous offre des connaissances spécialisées et des informations de fond – de pro à pro.

S'abonner maintenant simplement sous viandesuisse.ch/commander ou avec le code QR.

Souhaitez-vous modifier votre adresse? Veuillez envoyer un e-mail à gastronomie@proviande.ch

