

Fourchette & Couteau



À L'EM- PORTER

La tendance de la livraison et du take away est là pour rester – une chance.

Diverses recettes de succès

Du stand de saucisses au chef à domicile: quatre concepts sortant de l'ordinaire.

>> Page 4

Saisir sa chance

Les astuces du conseiller en restauration Lukas Kuster pour rentabiliser la commande en ligne.

>> Page 12

LE BISTRO CHEZ SOI ET EN ROUTE

Dans un monde en constante évolution, nos habitudes alimentaires ont également changé. Nos repas s'adaptent au rythme et au mode de vie modernes. Ainsi, de nombreuses personnes mangent de manière de plus en plus flexible: quand elles ont le temps, ce dont elles ont envie et là où elles se trouvent. Les take aways et les services de livraison de repas ont connu une croissance constante, avant même de devenir la seule alternative à la cuisine quotidienne pendant les confinements. D'une part, les take aways ont relevé les nouveaux défis, et d'autre part, des restaurants classiques ont imaginé des possibilités de servir leur clientèle à domicile ou à l'emporter. Certains d'entre eux ont connu un tel succès qu'ils ont conservé ces prestations ou les ont étendues.

La révolution de la livraison et de la vente à l'emporter: exemples et idées

Dans ce numéro de «Fourchette & Couteau», nous rencontrons des restaurateurs et des entrepreneurs qui gèrent avec succès un système de commande et de vente à l'emporter, dans des contextes et sous des formes très variés: de quatre histoires à succès très différentes, en passant par la recherche d'emballages et de transports durables, aux questions de préparation: comment préparer la nourriture – la viande en particulier – pour qu'elle soit transportable et résiste bien au trajet? De plus, un conseiller en restauration renommé répond aux questions sur les avantages et inconvénients de la livraison et de la vente à l'emporter, notamment pour

les exploitants qui souhaitent se diversifier. Finalement, la gagnante du concours «La Cuisine des Jeunes» 2022 montre comment elle cuisine son plat à emporter préféré et comment elle le transporte dans le récipient biodégradable qu'elle a conçu.

Ce numéro rend hommage au secteur de la gastronomie qui sait s'adapter et être créatif. Il illustre comment les services de livraison et les plats à emporter ont changé notre façon de manger, tout en créant des opportunités et des défis pour les restauratrices et restaurateurs. Nous vous souhaitons beaucoup de plaisir et d'inspiration!

TOUR DE TAKE AWAY

Un service de livraison sur porcelaine, une saucisse à rôtir légendaire depuis 60 ans, une cuisine fantôme qui ne l'est plus et un chef à domicile: nous analysons le phénomène des repas livrés à la maison ou pris en route et faisons halte dans des établissements renommés et inspirants.

Comment un service de livraison devient-il un restaurant normal après la pandémie. Comment avoir du succès pendant 60 ans avec une simple saucisse à rôtir et un petit pain? Qu'est-il advenu de l'engouement pour la cuisine fantôme? Que faut-il pour transférer l'expérience gustative d'un restaurant au domicile? Dans les pages suivantes, nos protagonistes répondent notamment à ces questions.

Nous donnons la parole à des personnalités aussi différentes que Thomas Christen du Landhaus Liebefeld, dont le service de livraison continue de miser sur la vaisselle en porcelaine, et Peter Rosenberger, qui dirige avec son frère le plus célèbre grill à saucisses de Zurich, où la troisième génération pointe son nez. Ou Daniel Wiesner, qui façonne notamment le destin de Kitchen Republic, une autre entreprise familiale réunissant six marques alimentaires sous le même toit.

Et last but not least, Thomas Huber et Monika Jans du Krone à Sihlbrugg qui, en plus du repas, emportent tout l'équipement de cuisine chez leurs hôtes.

Leurs concepts sont aussi variés que l'est le monde de la livraison et de la vente à l'emporter et illustrent des approches et des expériences très diverses. Laissez-vous inspirer par quatre concepts gastronomiques hors des murs des restaurants classiques.

Kitchen Republic Zurich

SAVOURER LÀ OÙ LES GENS LE SOUHAITENT

De la cuisine fantôme au lieu de rencontre

Les marques de la famille Wiesner Gastronomie (FWG) misaient déjà sur un service de livraison avant la pandémie. Mais il y avait un hic: «En général, les livraisons de repas stressent le restaurant. Les coursiers sont dans le passage, la salle est pleine aux heures de pointe alors que les livraisons tournent à plein régime, etc.», résume Daniel Wiesner. Il fallait trouver une solution. LA FWG a opté pour une cuisine fantôme, sans salle de restaurant ni service, uniquement axée sur la livraison. Un emplacement avantageux

mais central – pour les coursiers – et des processus numérisés et fluides étaient les conditions essentielles. Daniel Wiesner et son équipe ont rapidement trouvé leur bonheur, à Zurich, Berne et Bâle. «Nous avons tout pour réaliser un bon chiffre d'affaires.» En théorie, car «avec la fin de la pandémie, nous avons réalisé que la Suisse était trop petite pour qu'une cuisine fantôme soit rentable en temps normaux». La tendance a émergé dans les grandes villes américaines densément peuplées, où les services de livraison faisaient déjà partie de la culture gastronomique avant le Covid.

Trois d'un coup

La FWG n'a pas voulu abandonner complètement ce principe. Kitchen Republic regroupe aujourd'hui trois concepts en un avec les six marques alimentaires Nooch Asian Kitchen, Negishi Sushi Bar, The Butcher, Angry Chicken, Poke Nation et Dumpling Brothers: près de 120 places assises pour la dégustation sur place, des stations de commande numériques intuitives qui simplifient le take away, des coursiers qui viennent chercher les commandes par une entrée séparée et ne gênent plus personne dans les grandes cuisines. Et un rayon de livraison plus petit qu'en



période de pandémie. «Nous tirons ainsi le meilleur profit de la surface tout en répondant à trois besoins de notre clientèle: vivre des émotions et découvrir sur place le meilleur parmi six univers alimentaires, manger au bureau ou au bord de la rivière en commandant à l'emporter, ou choisir l'option «Commander à manger» sur notre page d'accueil.»

Publicité supplémentaire

Ces dernières années, la livraison à domicile est devenue un complément apprécié du modèle d'affaires de la FWG. Daniel Wiesner y voit des avantages: «Tu peux joindre ta clientèle aussi chez elle. Et les coursiers transportent ton logo à travers la ville.»



Sternen Grill Zurich

SAUCISSES ET PETITS PAINS AU BELLEVUE

Du parking à l'adresse gourmande

Depuis 60 ans déjà, on grille des saucisses à rôtir au Bellevue à Zurich et la file d'attente qui se crée devant le grill deux fois par jour en toute saison est légendaire. Pour Peter Rosenberger, copropriétaire du Sternen Grill, ce succès durable est dû au trio de choc que sont l'emplacement, le personnel et la qualité. «Quel que soit le coin de Zurich à la mode, le Bellevue reste le Bellevue. Le Sternen Grill ne serait pas aussi florissant à Oerlikon, par exemple.» Tout comme la clientèle, les collaboratrices et collaborateurs sont fidèles: certains d'entre eux sont là depuis dix ans ou plus. «Nos client-e-s apprécient cette continuité.» Peter Rosenberger estime que la qualité des produits contribue aussi largement au succès. Son père déjà ne faisait pas de concessions en la matière. La même boulangerie livre des petits pains

frais deux fois par jour depuis 60 ans. Depuis 40 ans, le Sternen Grill se fournit en saucisses à rôtir et en cervelas à la même adresse saint-galloise. «Les deux commerces sont, comme nous, des entreprises familiales.»

Développé peu à peu

L'idée du grill le plus connu de Suisse remonte au grand-père de Peter Rosenberger. «À l'époque, mon père tenait le Vorderer Stern et ouvrait chaque été un Biergarten sur le parking du cinéma Urban. En 1963, mon grand-père lui a conseillé d'ouvrir un take away de saucisses grillées au même endroit en hiver. Aussitôt dit, aussitôt fait. Edi Rosenberger a alors sorti un grill et une caisse de saucisses et c'était parti. «Une telle chose serait impensable aujourd'hui», dit son fils en riant. L'entreprise a évolué avec le temps et la réglementation: des réfrigérateurs, un comptoir, un toit en tôle ondulée et une protection



contre le vent se sont ajoutés jusqu'à ce que le Sternen Grill soit intégré dans un bâtiment neuf en 2013.

Tradition et continuité

«L'ambiance et les processus n'ont pas changé, même le comptoir est au même endroit. À la différence que nous avons maintenant un chauffage, une porte automatique et plus de places assises.» Les Rosenberger ont étoffé leur offre: aujourd'hui, la clientèle a le choix parmi un grand nombre de grillades. Sans oublier la célèbre saucisse à rôtir de Saint-Gall avec son petit pain doré et sa moutarde maison.

Krone Sihlbrugg

UN RESTAURANT À LA MAISON

La salle de restaurant mobile

D'abord néophytes performants dans le secteur des plats à emporter pendant la pandémie, puis créatifs par manque de personnel: au Krone à Sihlbrugg, Monika Jans et Thomas Huber relèvent de manière exemplaire les défis gastronomiques actuels. Ils ne se laissent pas abattre. Ils préfèrent chercher des solutions, par exemple en n'ouvrant leur restaurant que quatre jours au lieu de cinq. Pour compenser la perte de chiffre d'affaires, ils ont lancé une «soirée fromage» mensuelle et une «Chef's table» (table du chef). Cette dernière a lieu au choix au Krone ou au domicile de la clientèle. «Pour l'instant, la plupart des gens optent pour le restaurant, explique Monika Jans. L'offre @home est encore en phase de développement.»

Tout compris

Les hôtes doivent uniquement disposer de place, d'une table et de chaises. Et, à titre indicatif, environ du double du budget prévu pour le restaurant. Monika Jans et Thomas Huber s'occupent du reste: du linge de table aux ustensiles de cuisine spéciaux en passant par les fleurs, ils apportent tout ce dont ils ont besoin pour expérience gastronomique réussie. «Chef's table@home», c'est avant tout beaucoup de listes, de structure et d'organisation, dit Thomas Huber en riant. Nous avons d'abord dû nous y habituer.» Leur équipe est désormais bien rodée et ils se chargent toujours eux-mêmes de la mise en place. Le chef prépare le plus possible le menu au restaurant, seules la finition et la mise en place sont effectuées sur place. «Nous gagnons ainsi du temps et n'avons pas besoin de trop d'appareils sur notre lieu d'activité temporaire.»





Landhaus Liebefeld

LIVRAISON STYLÉE

De l'urgence aux bénéfices

Lorsque le confinement est arrivé en mars 2020, Thomas Christen était prêt. Le Landhaus Liebefeld a livré des commandes dès le premier jour. Le directeur et son équipe ont mis sur pied le service de livraison quasiment du jour au lendemain. Ils ont procédé à plusieurs essais dans le quartier, car la livraison devait se faire sur de la porcelaine. «Toute autre solution ne nous aurait pas convenu, explique Thomas Christen. Nous avons dressé les assiettes, les avons recouvertes d'un film transparent, les avons glissées dans l'emballage chauffant et avons fait deux fois le tour du pâté de maisons. Quand un coup d'œil dans l'emballage a montré que tout était intact, nous avons refait un tour.» L'équipe du Landhaus a ainsi testé, tour après tour, la distance de livraison maximale possible.

Venu pour rester

Trois ans après le deuxième confinement, le Landhaus effectue toujours des livraisons dans un rayon d'env. 20 kilomètres du mardi soir au samedi soir. «Les deux confinements



Des processus bien rodés

Hormis les chauffeurs, Thomas Christen n'a pas besoin de personnel supplémentaire. Les processus sont intégrés pour tirer profit des temps morts et garder une marge de manœuvre pour l'équipe de cuisine aux heures de pointe. Les chauffeurs peuvent se charger de travaux de service simples si nécessaire. Le Landhaus réalise entre 500 et 1000 francs de chiffre d'affaires supplémentaire par soir grâce à cette interaction – «un coup de pouce bienvenu». La solution d'urgence s'est muée en une efficacité accrue et une source de revenus supplémentaire. Reste la question de la gestion de la vaisselle. «C'est très simple, dit Thomas Christen. Les personnes qui passent commande reçoivent une caisse verte pour la vaisselle sale avec leur livraison. Elles la déposent ensuite près de leur boîte aux lettres, où nos chauffeurs la récupèrent à partir de 21 h 30.»

ont été comme deux projets pilotes pendant lesquels nous avons amélioré notre offre.» Faute de demande, Thomas Christen a supprimé le repas de midi sans hésiter, mais son équipe et lui ont si bien peaufiné le système que le chiffre d'affaires des plats livrés est finalement légèrement supérieur à celui du restaurant. Les habitué-e-s ne se sont pas fait attendre et la décision de continuer après la fin du confinement a été prise rapidement.



Bulles de savon pour adultes

Le «Flavour Blaster» est presque toujours de la partie: une sorte de machine à bulles de savon qui ajoute une bulle de fumée aromatisée aux boissons. Un gadget qui séduit autant les hôtes que l'équipe du Krone, comme nous le constatons lors de notre visite. Monika Jans et Thomas Huber l'utilisent pour des boissons sans alcool qui surprennent leurs clients gourmets. Dans notre cas, la variante «De la terre»: une composition de topinambours, de champignons et de céleri, enrichie de fumée d'agrumes s'accordant avec les deux sortes de viande de porc cuisinées. C'est l'un des nombreux menus qu'ils servent à leurs «Chef's tables». «Nous nous adaptons entièrement aux souhaits de la clientèle qui choisit souvent des plats qu'elle a déjà mangés au restaurant.»



L'histoire à succès du service de livraison sur porcelaine a fait sensation dans toute la Suisse et a été récompensée par un Milestone en 2021. Le Prix suisse du tourisme récompense depuis 24 ans des projets innovants mis en œuvre avec succès.



VALORISATION DE LA RÉUTILISATION

Faire du bien à l'environnement et au porte-monnaie sans aucun risque: les systèmes circulaires, comme celui de Recircle par exemple, rendent cela possible.

Si vous vous déplacez en ville à midi, vous verrez partout les contenants violets de Recircle. Les personnes affamées y transportent leur repas de midi zéro déchets jusqu'à l'endroit où elles le consomment, et en plus, avec Recircle elles ont à portée de main un récipient pour conserver les restes. On n'évite donc pas seulement les déchets liés à l'emballage, le système circulaire permet aussi de contourner le problème du gaspillage alimentaire. Lancé en 2016 par Jeannette Morath et 24 restaurants partenaires, le récipient est aujourd'hui utilisé par près de 2000 établissements. Le lancement a été précédé d'une phase pilote et de développement complexe, car: «Nous avons tout inventé à partir de rien. Il n'existait en effet rien de tel que Recircle», raconte Jeannette Morath. Il en a résulté un système circulaire qui convainc à la fois sur le plan de

l'hygiène alimentaire, de la fonctionnalité et de l'esthétique et, ce qui est presque le plus important, qui est sans risques pour les établissements.

Des chiffres (d'économie) tangibles

«Appeler, commander le kit de démarrage et c'est parti», résume Jeannette Morath pour expliquer la procédure aux restaurants, take aways et cantines intéressés. Quand le système plaît, il s'accompagne d'un abonnement comprenant une certaine quantité d'échanges par an et fonctionnant comme un forfait: «Plus on utilise de contenants Recircle, plus c'est avantageux.» Les client-e-s peuvent acheter leur contenant ou le louer via l'appli et le retourner dans n'importe quel établissement du réseau. Si l'un d'entre eux a trop de contenants, Recircle les reprend au prix d'achat. Outre le coût de l'abonnement, il n'y a donc que des économies, car le coût des emballages jetables tombe. Le site internet permet de calculer le potentiel d'économies, intéressant à partir de cinq utilisations par jour. «De nombreux établissements ont opté pour un changement radical et s'en sortent à merveille. Contrairement à ce que l'on craint, les client-e-s

adoptent rapidement le système circulaire», selon l'expérience de Jeannette Morath. À l'avenir, elle souhaite avoir au moins 10 000 entreprises partenaires en Suisse – et que les jalons du système circulaire soient posés dans la branche.



Sensibilisée très tôt à la thématique des déchets, elle a fini par révolutionner la circularité avec Recircle: Jeannette Morath, fondatrice et CEO.

EMPORTER DES PLATS DE VIANDE

Comment les plats de viande conservent-ils un goût irréprochable à la maison ou au bureau? L'expert en qualité de la viande Martin Scheeder donne quelques conseils de préparation.

1 Braisage et saumurage

Pour garantir le goût et la température, il faut miser sur des plats braisés. Goulasch, ragoût, ossobuco, escalopes et currys développent de délicieux arômes grâce aux temps de cuisson prolongés. De plus, la sauce permet de les réchauffer facilement et les protège contre des modifications de saveur indésirables (voir le conseil no 2). La viande saumurée est également idéale pour la vente à l'emporter et la livraison, car le saumurage stabilise les saveurs. Vous pouvez donc ajouter sans crainte du saucisson ou du jambon de la borne au menu. En revanche, je déconseille les morceaux à saisir à feu vif, car il n'est pas facile de les transporter chauds et de les garder juteux jusque chez la clientèle.

2 La force des herbes

Le «goût de réchauffé» est un problème connu: un arrière-goût de viande fade dû à un processus d'oxydation. Vous pouvez y remédier de deux manières: cuisiner avec des ingrédients riches en antioxydants pour éviter efficacement et simplement les modifications de saveur indésirables. Le romarin et l'origan en font partie, et la vitamine C contenue dans les citrons a le même effet. Le souvlaki, par exemple, un classique grec, se prépare traditionnellement avec de l'origan. Il s'agit aussi d'informer clairement la clientèle, car c'est surtout le réchauffage au micro-ondes qui donne un «goût de réchauffé». Pour régler le problème de manière élégante, indiquer cela sur l'emballage ou le justificatif de paiement.

3 Des special cuts au «Nose to Tail»

Il est tout à fait possible de préparer des plats de viande pour la maison ou à emporter avec des morceaux moins chers. L'épaule, par exemple, cache plusieurs de ces délicatesses secrètes, dont certaines ne sont pas vraiment appréciées en raison de leurs nombreux tendons. J'estime que la palette, le gras d'épaule et autres sont les pièces les plus sous-estimées. Les tissus conjonctifs et les tendons s'assouplissent lors du braisage. N'hésitez pas à les cuisiner, ce sont précisément ces morceaux qui donneront le petit plus à vos plats braisés. Ils vous permettent en outre de ménager votre porte-monnaie et de consommer une viande durable.



Le Dr Martin Scheeder est ingénieur agronome et dirige chez SUISAG le département Recherche et Développement carcasses et qualité de la viande.



UNE TENDANCE DURABLE

L'avenir de la gastronomie est-il dans les plats à emporter et les services de livraison? Le conseiller en restauration Lukas Kuster nous parle des opportunités et des risques de cette tendance.

Depuis la pandémie, le nombre et la créativité des offres de plats à emporter et de livraison ont augmenté. Quelle est l'importance de cette tendance?

Lukas Kuster: La pandémie a fortement modifié les habitudes de consommation dans la restauration. Avec les restrictions et les confinements, les restaurants ont été contraints de repenser leurs modèles commerciaux et d'adapter leurs concepts. Les services de vente à l'emporter et de livraison représentent ainsi une opportunité intéressante. La tendance montre que les gens apprécient de pouvoir déguster de bons plats à la maison sans avoir à les préparer eux-mêmes. De nombreux restaurants ont fait preuve de créativité en développant des offres uniques et innovantes au-delà du take away traditionnel. La tendance devrait donc se maintenir dans les villes.

Quelles sont les opportunités et les risques de cette orientation?

Le potentiel est grand et complexe: nouveaux groupes cibles, augmentation du chiffre d'affaires pour le même nombre de places assises, plus grande flexibilité lorsque le marché et les habitudes de consommation changent. Les «cuisines fantômes», de production uniquement mais sans salle, permettent de réduire les coûts. Pour moi, le contrôle de la qualité, la concurrence croissante et les coûts de la technologie, du service de livraison et de l'emballage représentent des risques. Sans compter l'importante charge de travail pour des concepts incluant un restaurant et un service de livraison.

À quoi faut-il veiller quant à la carte et comment maintenir une qualité élevée?

- Choix des plats: tous les plats ne se prêtent pas au transport. L'aspect et le goût doivent rester frais et attrayants même après une livraison.
- Emballage: des emballages isothermes et hermétiques qui maintiennent les aliments au froid ou au chaud sont indispensables.
- Livraison rapide: pour garantir que le plat arrive en bon état chez la clientèle.
- Contrôle permanent: tenir compte des retours de la clientèle permet un développement orienté sur ses besoins et constitue la base d'une planification ciblée.

Quels conseils donneriez-vous à un restaurant classique qui souhaite se lancer dans la livraison à domicile?

- Analyse du marché: vérifiez la demande potentielle autour de chez vous, examinez

«LA TENDANCE DES PLATS À EMPORTER ET DES LIVRAISONS DEVRAIT DONC SE MAINTENIR DANS LES RÉGIONS URBAINES.»

les offres existantes, réfléchissez à la manière dont vous pouvez vous en démarquer et définissez votre groupe cible.

- Technologie: simplifiez au maximum la vie de votre clientèle et de votre équipe en investissant dans un bon système de commande en ligne.
- Marketing: promouvez votre nouvelle offre sur les médias sociaux et d'autres canaux.
- Partenariats: réfléchissez à collaborer avec des services de livraison ou à mettre en place votre propre service de livraison.

Lorsque vous commandez des repas à domicile, que choisissez-vous et pourquoi?

Des plats que je prépare rarement et qui ont des circuits de livraison courts. Sur le plan culinaire, je préfère les cuisines du monde et les plats préparés à la minute.

LUKAS KUSTER

En tant qu'ancien chef de cuisine et membre d'une direction, Lukas Kuster connaît bien le secteur. Avec son agence Salem Cum Pane, il conseille des entreprises suisses de restauration et d'hôtellerie sur le plan stratégique et conceptuel. Il a notamment accompagné la gare CFF de Bâle, les grottes de Saint-Béat à Interlaken et l'Alter Torkel à Jenins.

LE TAKE AWAY FAVORI D'ANASTASIA



«Chicken sweet & sour» dans une écorce d'ananas et sur feuille de bananier: en lien avec notre thème, Anastasia Mishukova, la gagnante LCDJ de l'année passée, nous présente son plat à emporter préféré – zéro déchet.

«**Q**uand je prends des plats à emporter, c'est tard le soir, après le travail. Chez moi, je me fais tout au plus un sandwich après un service en cuisine, et les livreurs sont en général déjà couchés à cette heure-là. Les stands de nourriture, notamment chinoise, sur le chemin sont donc une alternative appréciable. J'aime particulièrement cette cuisine aux nombreuses épices.

Plat préféré inattendu

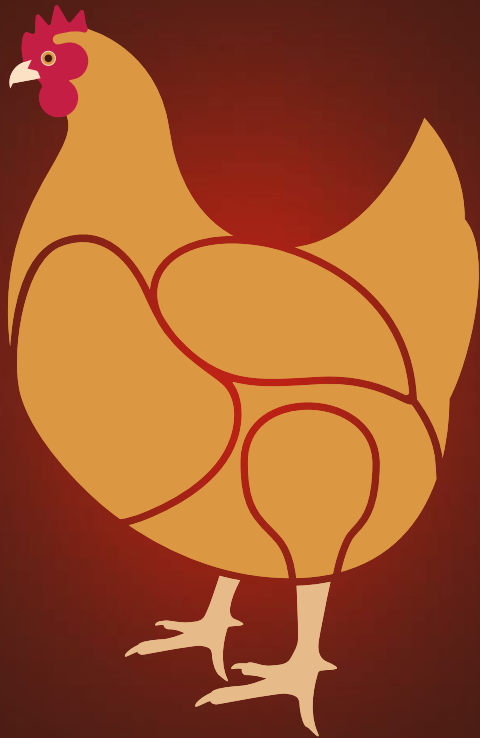
C'est à un tel stand que j'ai mangé pour la première fois du «chicken sweet & sour». En fait, je me réjouissais de manger du canard croustillant, mon plat chinois préféré à l'époque. Mais comme il n'y en avait plus ce soir-là, le propriétaire m'a conseillé le poulet aigre-doux – depuis, je n'ai plus jamais pris de canard chez eux. Ce plat s'est rapidement imposé.

Utilisation entière de l'ananas

L'emballage m'a causé quelques difficultés, je voulais qu'il soit entièrement biodégradable. Si un bol en bambou a besoin d'un couvercle en plastique, il vaut mieux laisser tomber, à mon avis. Je me suis donc demandé si l'un des ingrédients pouvait être transformé en vaisselle, et j'en suis vite arrivée à l'ananas. Il confère au plat sa saveur aigre-douce typique. Une fois évidé, il formait un bol parfait pour la sauce à la viande. Il ne manquait plus que l'assiette pour que le riz et la sauce puissent être mélangés à volonté. Les feuilles de bananier pouvaient convenir,

et leur couleur se marie avec le plat. Enfin, pour les couverts, j'ai découpé et aiguisé des feuilles d'ananas – et voilà, mon «chicken sweet & sour» à emporter était prêt.»





CHICKEN WINS REMPORTE LE CONCOURS

Tu es un jeune et ambitieux talent de la cuisine et tu souhaites te faire un nom lors d'un concours culinaire renommé? Alors c'est vous que nous cherchons, toi et ton plat gagnant à base de viande de poulet suisse.

Le concours «La Cuisine des Jeunes» de Viande Suisse est une mesure efficace de promotion de la relève: la personne qui convaincra le jury présidé par le cuisinier expérimenté Christoph Hunziker et dont la création remportera la victoire, gagnera bien plus qu'une somme de CHF 3000.-. Le prix comprend également un stage de quatre à cinq jours au Park Hotel Vitznau chez Christian Nickel et Patrick Mahler, y compris une soirée gastronomique avec accompagnement, une précieuse présence médiatique par le biais d'articles dans le magazine spécialisé «Fourchette & Couteau» et dans d'autres médias de la branche, la participation en tant que 2^e commis au Bocuse d'Or Suisse et des opportunités de carrière supplémentaires.

On recherche: plat principal et amuse-bouche

Pour cette 22^e édition, la viande de poulet suisse de qualité supérieure est à l'honneur, selon le principe du «Nose-to-tail». Crée et présente un plat principal exceptionnel, à la saveur enthousiasmante, ainsi

qu'un amuse-bouche surprenant. Le tout avec des ingrédients aussi frais, saisonniers et régionaux que possible. Le délai d'inscription est fixé au 11 février 2024.

Concours de cuisine le 6 mai 2024 au centre Welle7 à Berne

Le 6 mai 2024, au centre Welle7 à la gare de Berne, les quatre jeunes candidates et candidats sélectionnés cuisineront en direct devant le public et la presse spécialisée. Une cérémonie exclusive de remise des prix aura lieu ensuite.

S'inscrire maintenant et gagner!

Le concours est ouvert aux cuisinières et cuisiniers travaillant en Suisse et ayant terminé leur apprentissage avec succès entre 2018 et 2023. Tu trouveras les conditions de participation et tous les documents sur lcdj.ch

Abonnez-vous à «Fourchette & Couteau». Est désormais également joint au «GastroJournal».



La différence est là.

- Je souhaite désormais recevoir mon exemplaire personnel et gratuit de «Fourchette & Couteau». f a i
 Je commande gratuitement le numéro spécial contenant les recettes des finalistes du concours de cuisine LCDJ. f a

Madame Monsieur

Envoi à mon adresse professionnelle adresse personnelle

Nom: _____ Prénom: _____

Établissement: _____ Signature: _____

Rue/n°: _____

NPA/lieu: _____

E-mail: _____ Téléphone: _____

Pour les commandes ou corrections d'adresse, veuillez renvoyer le bulletin complété par courrier à Proviande, Viande Suisse, Brunnhofweg 37, case postale, 3001 Berne, **par e-mail à gastronomie@proviande.ch** ou par fax au numéro 031 309 41 99. Vous pouvez aussi vous abonner à «Fourchette & Couteau» en ligne à l'adresse viandesuisse.ch/commander

Suisse. Naturellement.

