



Coup de chapeau

Kevin Boissard

GASTRONOMIE

Les deux piments basques font la paire

Les deux grands piments du pays basque, qui servent de base à la piperade basquaise (de «piper», piment en basque), sauce accompagnant les viandes et les poissons, sont rouges et verts. Le rouge, bien connu, vient d'Espelette, il est petit, sèche sur des cordes, puis est transformé en poudre ou en purée, relevant tous les plats mijotés; son AOC, appellation d'origine contrôlée, limite sa zone de production. Le piment vert vient d'Anglet, doux et sucré, il se consomme cru, cuit ou grillé, et relève «l'axoa», le ragoût de veau traditionnel de la région du Labourd.



EVENEMENT

Festival végétarien en Italie

La cinquième édition du festival végétarien aura lieu du 4 au 6 juillet à Castello di Gorizia, en Vénétie, ville élue étape officielle de l'initiative «Une année contre le gaspillage», dans le cadre de la campagne européenne lancée par le département sciences et technologies agroalimentaires de l'université de Bologne. Il proposera un régime végétarien non plus comme simple choix alimentaire, mais comme style de vie et stratégie anti-gaspillage. On y trouvera notamment des carottes noires, des fromages végétaliens et de nouveaux produits à découvrir, pour manger en respectant l'environnement et en améliorant sa santé.

VIN

La Chine, deuxième plus grand vignoble au monde

Selon les dernières statistiques de l'Organisation internationale du vin, la Chine a dépassé la France comme deuxième vignoble du monde, en terme de superficie, avec 800 000 hectares de surface. L'Espagne reste en tête, au niveau des surfaces cultivées, avec plus d'un million d'hectares en 2014. La France arrive au troisième rang, avec 792 000 hectares, suivie de l'Italie et de la Turquie. Ces cinq pays représentent la moitié de la superficie du vignoble mondial. La France demeure toutefois le premier producteur mondial, avec 46,7 millions d'hectolitres, soit 17% de la production mondiale.

BOISSONS

Le matcha latte affole les New-yorkais

La nouvelle boisson à la mode à New-York est le matcha latte, un thé vert japonais utilisé également en pâtisserie. La version gourmande, désormais arrivée en France, se prépare à partir de la poudre de matcha et de lait cru fouetté et arbore un petit air de cappuccino vert. Il se déguste chaud en hiver et frappé en été, et détient, en plus d'être savoureux, de nombreuses vertus: il est riche en vitamines, en fer, en bêta-carotène et en antioxydants, qui préservent du vieillissement cellulaire et font baisser le taux de mauvais cholestérol.



CONCOURS

Le meilleur sandwich primé à Audruicq

Pour sa deuxième édition, le concours du meilleur sandwich a été organisé à Audruicq, dans le Nord-Pas-de-Calais, organisé par le Comité de promotion économique et touristique intercommunal. Onze candidats, venus de tout le nord de la France, se sont opposés. Le premier de chaque catégorie (6-12 ans, 13-18 ans et adultes) a pu remporter ainsi une formation d'une journée en compagnie du chef cuisinier calaisien Mathieu Colin, dans son établissement Le Grand bleu. Le but de l'événement est de promouvoir les produits locaux et de mettre en avant des recettes de sandwich originales, comme le P'tit Louis, le Sandwich fleuri, le Nordique d'Orient ou le Chèvre moelleux.

N.B.

Photos: © DR

Erratum

Dans le Cafetier N° 17 du 8 mai 2015, une erreur orthographique s'est glissée dans l'article: «Premier dîner des Chefs Goutatoo». Il fallait lire «Président Jean-Marc Bessire» et «Vins de Marc Ramu».

Tout récemment diplômé de l'Ecole hôtelière de Genève (EHG), le Vaudois de Nyon Kevin Boissard a terminé ses études avec la troisième meilleure moyenne de sa volée. Aussi a-t-il reçu des mains de Jean-Luc Pignet, vice-président de la SCRHG, le prix du journal Le Cafetier.

Jeune homme avide d'expériences, Kevin Boissard a accumulé les séjours linguistiques, avec des passages à Zurich, aux Etats-Unis et même en Espagne. Une courte incursion dans le monde bancaire au sein d'UBS l'initia à la finance et c'est presque naturellement qu'il se dirigea vers l'Université de Genève pour suivre les cours de la HEC. Six mois après, la certitude était là, ce monde n'était pas pour lui. «En fait, cela faisait longtemps que je voulais faire une école hôtelière». Sa mère et son oncle, actifs dans le milieu du tourisme, l'ont sensibilisé aux autres cultures et à l'accueil. Les voyages familiaux, dans des hôtels d'ici et d'ailleurs, l'ont convaincu de se former aux métiers de l'hôtellerie, restauration et café. La formule 50% de stages, 50% de cours lui est parfaitement convenu. «Il y avait au final peu de cours, mais c'était intensif», reconnaît Kevin Boissard. Sa performance scolaire – troisième meilleure moyenne sur trois ans – ne l'a pas tant surpris, quoiqu'il s'attendait à plutôt figurer parmi les six premiers. «Nous étions vraiment là pour travailler un maximum». Recevoir le prix du journal *Le Cafetier* lui a cependant fait vraiment plaisir. «C'était une belle récompense», qui couronnait une cérémonie encore plus solennelle que d'habitude, ayant lieu dans le Palais des Nations. «L'endroit est assez impressionnant, dit-il. Et d'être parmi les trois derniers félicités m'a fait un effet encore plus fort». Au moment de faire un bilan de cette formation reconnue dans le monde entier, Kevin Boissard retient la première année, quand il lui a fallu cuisiner tout en apprenant à connaître ses pairs en face de vrais clients. Il se souvient également d'un voyage à Madrid, l'an dernier, un autre moment fort, empreint de chaleur humaine et d'exotisme. Actuellement, l'homme se rêve comédien et espère intégrer le cours Florent, à Paris, une école de théâtre qui prolongerait ses performances en tant qu'hôtelier. «Les deux domaines se ressemblent beaucoup. On joue un rôle face aux clients, c'est nous sans être tout à fait nous». Et de raconter comment un jour qu'il était derrière un bar, il a pris conscience de la comédie humaine qui se jouait



Kevin Boissard, diplômé EHG. / © BP

devant lui. «L'ambiance était bizarre, il y avait des gens particuliers. Il m'a fallu m'adapter, avoir la tchache et être un peu psychologue en même temps». Lui qui a fait dix ans de saxophone, a monté des groupes et parfois a chanté, connaît bien la scène et entend être un comédien à 100%. «J'ai rencontré beaucoup de gens dans l'Horeca qui regrettaient ne pas avoir fait du théâtre. Comme pour mes études à l'EHG, je ne souhaite pas faire les choses à moitié» Ce ne sera pas son cas. D'ici cet automne, en attendant, Kevin Boissard espère mettre à profit ce qu'il a appris à l'EHG, dans le Food & Beverage, le marketing ou à la réception.

Benjamin Philippe

Technologie

Les salles de séminaires romandes ont leur annuaire

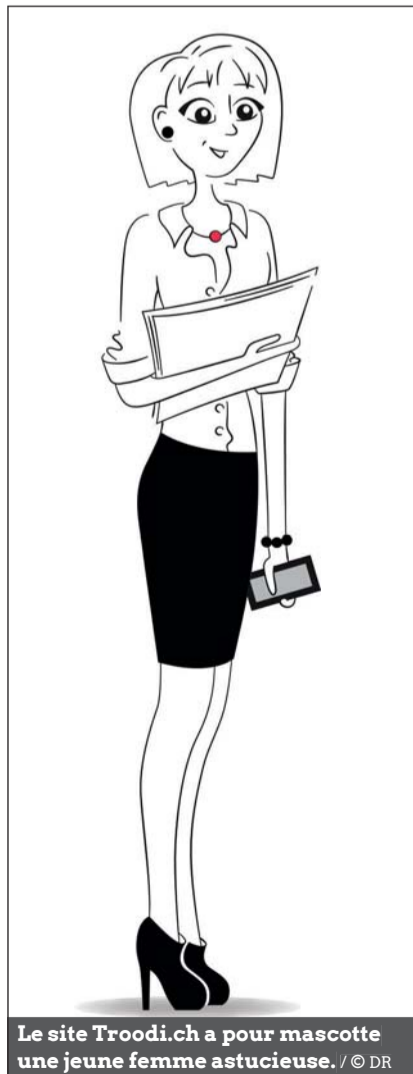
Les entreprises et organisations romandes qui souhaitent trouver une salle pour leurs réunions peuvent désormais passer par le site web troodi.ch.

Nouvelle plateforme pensée pour les hôteliers romands et leurs clients, le site troodi.ch est un service novateur et gratuit qui compte d'ores et déjà plus de 130 adresses. «Jusqu'ici, il n'existait pas d'outil performant et efficace pour mettre en contact une entreprise à la recherche d'un lieu approprié avec un établissement», déclare la Vaudoise Corine Burdet, la fondatrice. Cette plateforme devrait permettre aux entreprises de gagner en efficacité, de varier les lieux choisis, de dynamiser leurs séances hors cadre, de surprendre positivement leurs collaborateurs. Pour s'inscrire, il suffit de remplir les dix champs d'un formulaire.

En page d'accueil, un moteur de recherche permet d'inscrire les

trois critères de base: la localité, la tolérance pour le rayon de recherche et le nombre de participants. Pour chaque établissement, il y a un descriptif du lieu, de ses facilités, salles et équipements à disposition. Le tout est illustré par une sélection de photos. En outre, sont indiquées les possibilités de restauration et d'hébergement. Les entreprises intéressées prennent dès lors contact directement et sans frais avec les responsables des salles qu'ils auront sélectionnées. Le site n'est en effet pas un intermédiaire commissionné. «L'objectif est de doubler d'ici une année le nombre d'adresses et de créer le réflexe auprès des entreprises de consulter et utiliser le service», précise la fondatrice.

Arnold Kohler



Le site Troodi.ch a pour mascotte une jeune femme astucieuse. / © DR