# **HÔTELLERIE**<sup>et</sup> **GASTRONOMIE HEBDO**

La revue des professionnels depuis 1886

LAUSANNE, le 3 octobre 2013

 $N^{0}$  30

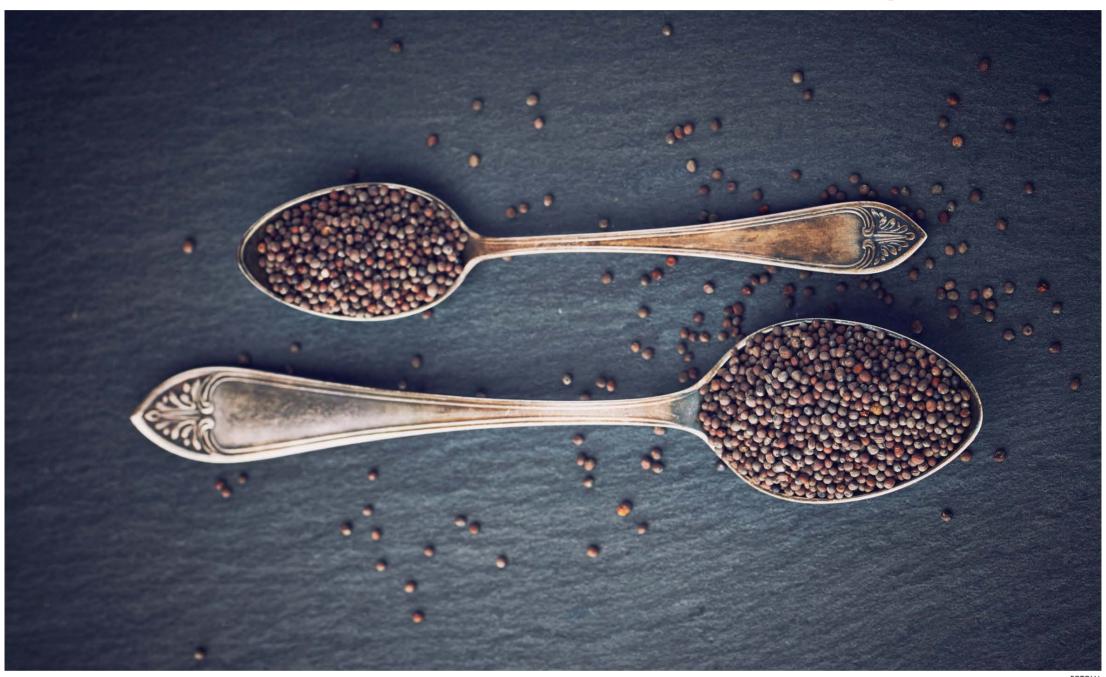
CXXVIIIe année

Édition romande

www.hotellerie-et-gastronomie.ch

Fr. 2.80

## LA MOUTARDE CONTRE-ATTAQUE



Des trois sortes de moutarde qui existent, la jaune et la noire sont celles qui présentent le plus d'intérêt au niveau du goût.

œuvre en vue de la création d'une Confrérie des artisans moutardiers. Sa démarche vise dans un premier temps à identifier les besoins d'une corporation discrète qui travaille le plus souvent dans la confidentialité, et, dans un second temps, à convaincre les agriculteurs de planter

 ${f R}$  edorer le blason du condiment et contribuer à la création d'une moutarde suisse d'utopique, surtout quand on sait que la moutarde suisse d'utopique, surtout quand on sait que la moutarde suisse d'utopique, surtout quand on sait que la moutarde suisse d'utopique, surtout quand on sait que la moutarde en Suisse. IGP. Tels sont les objectifs de Bertrand Boesch, tarde est issue de la même famille que le colza, moutarde artisanale qui tranche avec la fadeur artisan moutardier vaudois, qui, pour ce faire, et que son prix au kilo est plus de quatre fois su- de la production industrielle suisse – la faute à périeur à celui de l'oléagineux. En attendant la concrétisation de ce projet de longue haleine, Bertrand Boesch continue de développer son assortiment qui comprend à l'heure actuelle 42 sortes de moutardes, toutes élaborées dans son nouveau laboratoire de Cottens (VD), où il s'est

installé en début de l'année. A travers cette offre pléthorique, l'artisan plaide en faveur d'une l'utilisation exclusive de la moutarde blanche, cuisine qui l'a rendu attentif à la manière dont le moins forte et la moins typée, d'où l'adjonc- les goûts peuvent se marier. Pour Hôtellerie et tion de toutes sortes d'arômes dans le but de lui conférer un goût qui au final reste fade et insipide. Mais cette grande variété de moutardes est aussi le prétexte à une expérimentation culi-

naire qui se décline sous la forme d'une liste d'accords suggérés par Bertrand Boesch, cordon bleu et gastronome averti qui a eu l'occasion dans son enfance de côtoyer un grand chef de Gastronomie Hebdo, il ouvre les portes de son laboratoire et livre quelques-uns de ses secrets.

Suite en page VI

LABEL

### RELAIS & CHÂTEAUX FAIT LA PROMO DES PRODUITS **DU TERROIR**

 $\mathsf{Page}\,\mathsf{V}$ 

#### TRANSPORTS AÉRIENS



MYTHES ET LÉGENDES DES VOYAGES EN AVION De C comme chasse d'eau à M comme mobile, quelques idées reçues, passées en revue par un spécialiste.

Page II

#### **BOULANGERIE**

#### LA CONVENTION COLLECTIVE 2014 AU POINT MORT

Les négociations concernant la nouvelle Convention collective de travail de la boulangerie-pâtisserieconfiserie ne sont toujours pas arrivées à leur terme. Le point de la situation avec Stefan Unternährer, responsable des négociations pour les employés.

Page IX

**AZA 6002 LUZERN** 

**Abonnements** 041 418 22 41/43, Fax 041 412 03 72 **Annonces** 041 418 24 44, Fax 041 418 24 45 **Rédaction** 021 616 00 93



Adligenswilerstrasse 29/27 6002 Lucerne

E-mail edition@hotellerie-et-gastronomie.ch

Paraît le jeudi







