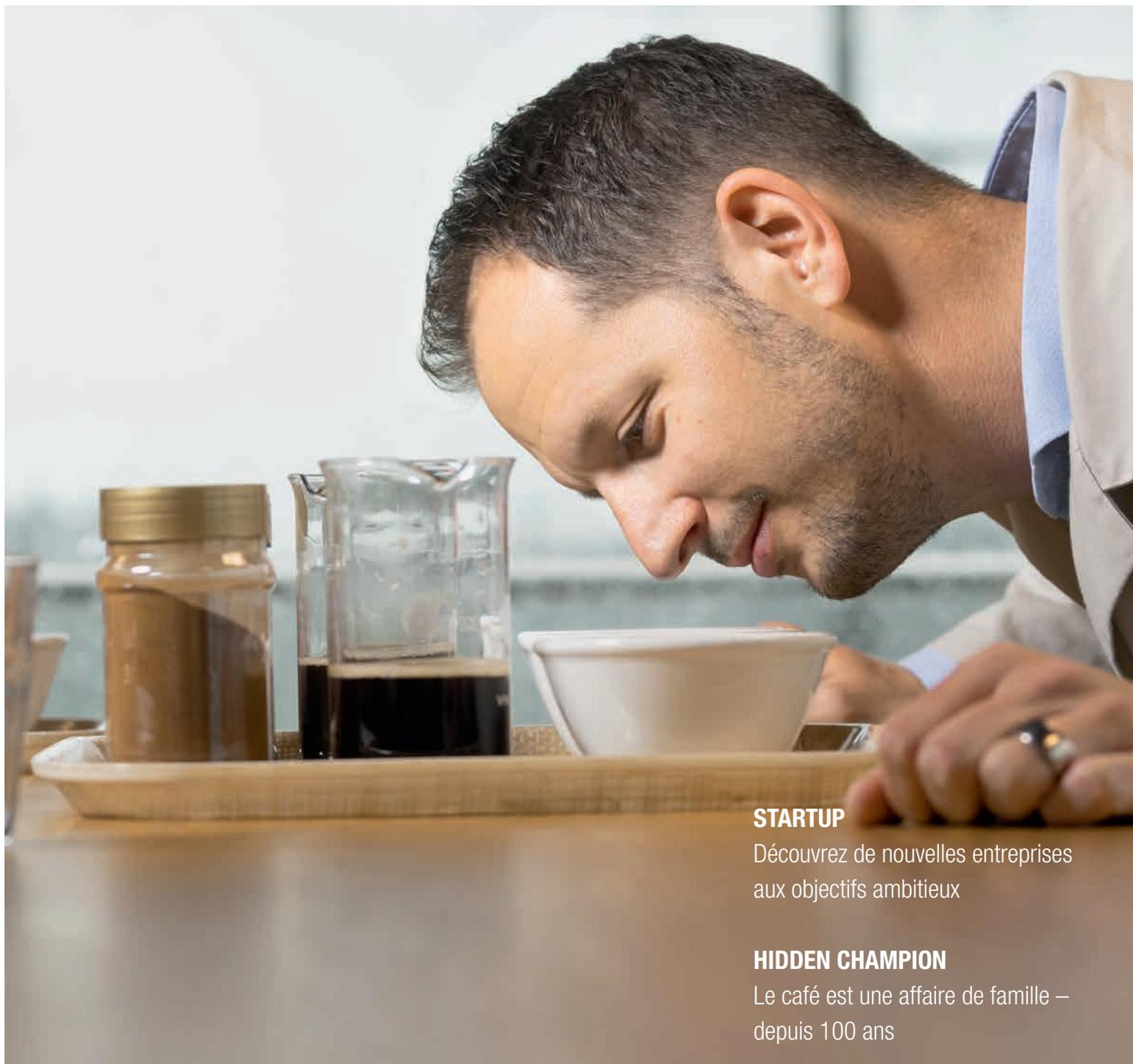




berncapitalarea 



STARTUP

Découvrez de nouvelles entreprises
aux objectifs ambitieux

HIDDEN CHAMPION

Le café est une affaire de famille –
depuis 100 ans

DIGITALIS

La numérisation dans le secteur du
café : des appareils intelligents pour
plus de gourmandise

VIE / CULTURE / TOURISME

La Suisse a son petit coin
de Provence... en Haute-Argovie

Des entreprises bernoises du café qui ont du flair pour les affaires

Les entreprises et le café ont-ils des points communs?

Les deux commencent par une **petite pousse**. Grâce à des soins attentifs au fil des années, une **plante résistante** et bien ancrée se développe.

Pour que tu puisses, en tant qu'entrepreneur ou entrepreneuse bernois-e, **récolter les fruits** de ta plante le plus rapidement possible, nous te soutenons toujours en fonction de tes besoins :

- **Coaching PME individuel**
- **Programme Startup en trois étapes**
- **Conseil en création d'entreprise simple et rapide**
- **Accès à l'écosystème d'innovation bernois**



Intéressé-e ? N'hésite pas à nous contacter pour un premier entretien sans obligation.



be-advanced.ch

be ▶ advanced

Coaching en innovation pour les PME et les start-up bernoises

Sommaire

EN COUVERTURE

4-7

Des entreprises bernoises du café qui ont du flair pour les affaires

STARTUP

8/9

Boostbar
Chez Jovi's: la boulangerie sans gluten
WomenCraft
Quimbaya
TKM

PORTRAIT CEO

10/11

L'art de faire

HIDDEN CHAMPION

12/13

Le café est une affaire de famille – depuis 100 ans

DIGITALIS

14/15

La numérisation dans le secteur du café:
des appareils intelligents pour plus de gourmandise

VIE / CULTURE / TOURISME

16-18

La Suisse a son petit coin de Provence... en Haute-Argovie

CONCOURS

19

Gagnez une machine à espresso italienne et 20 dosettes

L'ADMINISTRATION POUR LE CITOYEN

20

Demande donc au Service spécialisé Promotion de la qualité et des ventes

IMPLANTATIONS

21

De nouvelles implantations dans le canton de Berne

#cantondeberne

22/23

Cafés: révolution et Lumières



Chère lectrice, cher lecteur,

Vous accompagnez la lecture de ce magazine d'une tasse de café? C'est parfait car ce numéro est consacré à cette boisson si appréciée. Le café et Berne? On pense bien sûr à Rychiger AG, Alupak et Help Tec Automation qui ont fortement participé au succès des capsules de café. Grâce à leurs accomplissements, elles sont connues dans le monde entier. Mais le canton de Berne compte aussi d'autres acteurs qui ont peu, voire pas de lien avec les capsules. Dans l'article de couverture, le professeur Chahan Yerezian, expert bernois en café, présente le sujet et plusieurs entreprises bernoises qui ont participé à l'histoire du café. Chez HACO, David Ingold, responsable du développement des extraits de café, veut donner ses lettres de noblesse au café instantané. Mais ce n'est pas tout. Ce numéro contient d'autres savoureux articles.

L'american dream peut se vivre en Suisse, au vu de la carrière d'Adrian Iten. L'entrepreneur bernois a monté un petit empire du café. Dans le portrait CEO, il confie que son insouciance l'a bien aidé.

Une fois n'est pas coutume, le «hidden champion» n'est pas très caché. En revanche, il est typiquement bernois. Il s'agit de l'entreprise familiale Blasercafé, composée de l'activité torréfaction et de Blaser Trading AG, qui fête ses 100 ans cette année. Son CEO Marc Käppeli et son responsable communication Michael Blaser expliquent ce qui démarque cette entreprise et parlent de l'importance d'un bon service client.

Qui ne connaît pas les distributeurs automatiques de café et de snacks? Au cours des dernières décennies, ces appareils purement mécaniques sont devenus des machines high-tech sophistiquées. Nous avons demandé à Selecta AG de Kirchberg et à Caffetta AG de Moosseedorf ce que la digitalisation avait changé.

Dans la parade des startup, nous vous présentons plusieurs startup particulièrement intéressants qui opèrent autour du grain de café et de sa préparation.

Je vous souhaite une lecture inspirante, accompagnée d'un bon café.

Bien à vous

Dr Sebastian Friess

Chef de l'Office de l'économie

Directeur de la Promotion économique du canton de Berne

Impressum

Éditeur, conception et rédaction: Promotion économique du canton de Berne (PEB), Münsterplatz 3a, case postale, CH-3000 Berne 8, téléphone +41 31 633 41 20 **Internet:** www.bern-invest.be.ch **Texte:** Marianne Dafflon, Beat Hausherr, Pirmin Schilliger, Michaela Schlegel **Maquette:** Casalini Werbeagentur, Berne **Traduction:** Marianne Creola, lingua-communications, Thoune **Impression:** Haller + Jenzer AG, Berthoud. Imprimé sur papier certifié FSC **Tirage et mode de parution:** «berncapitalarea – Magazine de l'économie, des sciences et de la vie dans le canton de Berne, Suisse» est publié deux fois par an en allemand, français et anglais. Il est tiré à 3000 exemplaires **Crédits photographiques:** Adrian Moser (p. 1, 4-7), mis à disp. (p. 8/9), mis à disp. (p. 10/11), mis à disp. Blasercafé (p. 12/13), mis à disp. Selecta AG/Caffetta AG (p. 14/15), mis à disp. swissessences® (p. 16-18), mis à disp. Blasercafé (p. 19), mis à disp. (p. 21) Tous droits réservés. Reproduction uniquement sur autorisation expresse de l'éditeur.



Des entreprises bernoises du café qui ont du flair pour les affaires

Bien qu'elle ne cultive pas de café, la Suisse occupe une forte place sur le marché du café. D'une part en tant que pôle de transbordement du café vert, d'autre part par ses innovations révolutionnaires. Des entreprises du canton de Berne y jouent un rôle important.

La première tasse de café du matin est pour beaucoup la seule lueur d'espoir pour se réveiller. Indépendamment de la culture, de la situation, du sexe, le café est devenu la boisson la plus bue au monde, après l'eau et le thé. Les Suisses, qui en boivent environ trois tasses par jour, sont les septièmes plus grands consommateurs de café à l'échelle internationale. Originaire d'Éthiopie, le café est arrivé en Europe vers 1650 par les pays arabes. Ses racines « musulmanes » lui valurent de fortes critiques. La chanson enfantine C-A-F-F-E-E en témoigne. Toutefois, son effet stimulant finit par l'emporter sur la méfiance d'alors. Le café devint rapidement une boisson très appréciée. Produit très cher à l'époque, sa consommation fut l'apanage de la noblesse jusqu'au début du XIX^e siècle. La grande majorité de la population dut longtemps se contenter d'un ersatz, comme la chicorée. Mais à partir de 1800, les prix baissèrent et rendirent le café abordable. Depuis, son succès ne se dément pas.

Le professeur Chahan Yeretzian s'est épris de cette boisson. Arménien de naissance, il a grandi à Berne et a étudié la chimie à l'Université de Berne. C'est son employeur Nestlé qui l'a amené à travailler sur le café. Le café « résonne en moi et je suis heureux d'avoir pu bâtir ma carrière autour de cette boisson ». Sa fascination est restée intacte. D'après C. Yeretzian, toutes les facettes importantes de la vie se reflètent dans le café, « à commencer par les personnes qui cultivent le café, ensuite on y trouve des thèmes comme le développement durable, l'agriculture, la technologie, la génétique, la perception sensorielle, l'économie et le commerce, la psychologie et la sociologie, et bien plus encore – je ne connais aucun thème qui ne se reflète pas dans la chaîne de création de valeur et dans le quotidien du café. »



« Je ne connais aucun thème qui ne se reflète pas dans la chaîne de création de valeur et dans le quotidien du café. »

Prof. Chahan Yeretzian

Malgré tout ce qu'il a accompli chez Nestlé et Nespresso, C. Yeretzian souhaitait diffuser encore davantage ses connaissances et les perfectionner. La Haute école des sciences appliquées de Zurich (ZHAW) lui a donné cette opportunité. Il y a mis en place un pôle de compétences sur le café qui, aujourd'hui, est le plus important au monde. Il gère également un cabinet de conseil à Berne, la Swiss Coffee Alliance (voir encadré p.7). « Mon objectif est de rassembler toutes mes connaissances et de les proposer aux personnes intéressées. Ça me semble important, surtout en Suisse, où les entreprises actives dans le domaine du café sont si nombreuses. »

Plus de café que de chocolat

Font notamment partie de ces entreprises les négociants en café vert par qui transite 70 à 80% du commerce mondial du café. Le marché suisse a pour principaux acteurs, outre ces négociants en café vert, les importateurs de café, les torréfacteurs de café, les fabricants de machines à café, le commerce de détail et la restauration. Ce marché génère quasiment 1% du produit intérieur brut, cette valeur étant une simple estimation en l'absence de chiffres précis sur le sujet. En 2021, la Suisse a importé plus de 192 000 tonnes de café vert. Elle en a transformé près de 109 000 tonnes sur son territoire, qu'elle a ensuite réexportées sous forme de café soluble, café décaféiné ou café torréfié. La consommation nationale a avoisiné les 78 500 tonnes de café vert. D'après l'ONU, la Suisse fut, en valeur, la plus grande exportatrice de café au monde en 2021, avec des exportations de café chiffrées à 3,6 milliards de dollars US. Le bien d'exportation n°1 en Suisse est donc le café, et non le chocolat ou le fromage.



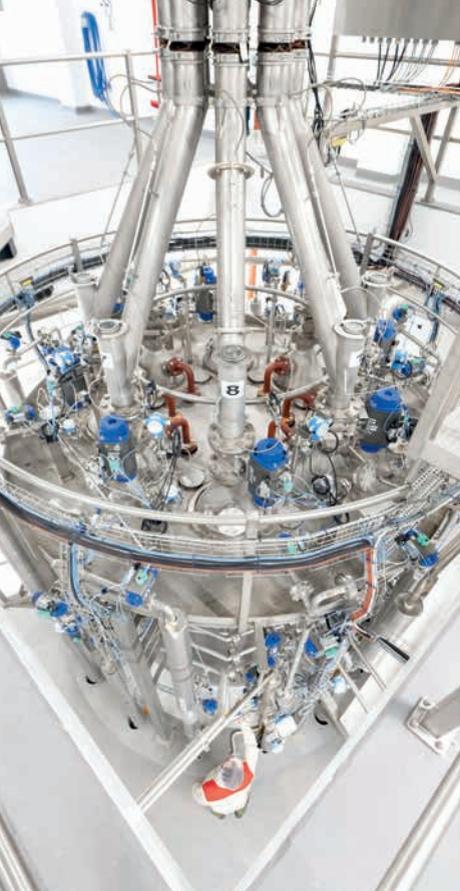
ARABICA ET ROBUSTA

Deux variétés de café occupent les devants de la scène économique, Coffea arabica et Coffea canephora, mieux connues sous les noms arabica et robusta.



UNE QUESTION DE MÉLANGE

Les experts en café de HACO développent le mélange parfait pour leur clientèle.



LYOPHILISATION

Le café liquide (ill. gauche) est concentré en un extrait de café visqueux (ill. centrale), puis surgelé et concassé en granulés. Placés sous vide (ill. droite), les cristaux de glace présents dans les granulés de café surgelés passent directement à l'état gazeux par sublimation. Il reste alors de minuscules granules marron facilement solubles.

Dans le canton de Berne, le négoce du café joue un rôle négligeable qui, d'après C. Yeretzian, s'explique par la structure de l'économie: «Le négoce est une activité commerciale. À Berne, en revanche, les entreprises sont plutôt familiales et très attachées à leurs produits.» Le torréfacteur Blaser Café AG qui fête ses 100 ans cette année en est un bon exemple. La participation de spécialistes bernois à l'invention de la capsule, qui a marqué l'histoire du café, est typique elle aussi. Éric Favre, le père de la capsule, l'a développée pour Nestlé qui a alors fondé Nespresso. Mais pour encapsuler le café, Nespresso a fait appel au savoir-faire d'une entreprise traditionnelle bernoise, Rychiger AG, fondée en 1918. Rychiger AG est un fabricant leader au monde de machines de conditionnement. Outre Rychiger, d'autres entreprises bernoises ont participé au succès des capsules: les capsules embouties sont fournies par Alupak de Belp BE et les systèmes de remplissage par Help Tec Automation. Helbling de Liebfeld BE qui développe des machines à café à capsules vient compléter cette liste.

Du café instantané de qualité

Gümligen, dans la banlieue de Berne, abrite un autre acteur bernois innovant du marché du café: le groupe HACO. Cette entreprise, qui célèbre son 100^e anniversaire cette année, est surtout connue pour ses produits alimentaires individuels et innovants, notamment des soupes, des sauces, des plats préparés ou des épices. Mais HACO est aussi le fabricant suisse de café instantané de qualité.

Longtemps, on a hésité à associer les expressions «café instantané» et «haute qualité». Aujourd'hui encore, la Suisse traite le café instantané en parent pauvre. «Les Suisses l'associent au camping, aux vacances de ski et au carnaval. Heureusement, d'autres pays le perçoivent différemment», explique David Ingold, 41 ans, responsable du développement des extraits de café chez HACO. «Au Royaume-Uni et en Europe de l'Est, par exemple, il est très apprécié. En Europe de l'Est, on apporte parfois un pot de café instantané plutôt qu'une bonne bouteille de vin quand on est invité.» Mandatés par leur clientèle, qui compte des entreprises renommées comme Starbucks, Illy et Lavazza, D. Ingold et son équipe de six personnes produisent des extraits de café sur mesure. «Ces solutions sont développées en étroite collaboration avec nos clients.» La proximité avec leurs partenaires est un facteur de réussite important avec les modèles commerciaux B2B et le co-manufacturing. La nouvelle présentation «House of Coffee» vise à souligner cette orientation et à accroître le degré de notoriété dans le monde du café.

L'une des spécialités de HACO AG est le procédé unique qu'elle emploie pour fabriquer un granulé visuellement différent du café instantané classique. «Nous sommes en mesure de fabriquer un produit bicolore, exempt de poussières et aux bords prononcés. Bien entendu, nous pourrions aussi copier le produit du leader du marché, Nestlé, mais nos partenaires préfèrent le plus souvent s'en démarquer»,



« Outre les technologies de base nécessaires, nous pouvons individualiser les produits de nos clients à l'aide de technologies particulières. Nos techniciens développent ces processus majoritairement en interne. »

David Ingold, responsable du développement des extraits de café chez HACO



TORRÉFACTION

La note gustative d'un mélange de café dépend de l'origine et du traitement des grains de café, mais aussi et surtout de la torréfaction.



CARACTÉRISTIQUE

Bicolore, exempt de poussières et aux bords francs, le granulé de café de HACO se différencie clairement des autres extraits de café.



Depuis 1973, HACO produit des extraits de café lyophilisés pour sa clientèle B2B. HACO se présente désormais comme « House of Coffee » pour se démarquer de sa concurrence.

explique D. Ingold. La différenciation par rapport à la concurrence commence au sein des installations de production, poursuit-il. « Outre les technologies de base nécessaires, nous pouvons individualiser les produits de nos clients à l'aide de technologies particulières. Nos techniciens développent ces processus majoritairement en interne. » Ceux-ci déterminent en grande partie le profil aromatique et le corps. Une autre spécialité de HACO est le « micro-grind » : le café torréfié est moulu très finement par un procédé cryogénique de façon à ce que les particules ne soient quasiment plus perceptibles. Ensuite, il est mélangé aux extraits solubles. « Lorsque le consommateur humecte le café, il éprouve les mêmes sensations au nez et au palais qu'avec un café fraîchement torréfié. C'est un vrai produit premium », s'enthousiasme D. Ingold.

Deux usines pour couvrir les besoins croissants

Le secteur Coffee s'appuie sur deux usines : l'une à Gümliigen et l'autre en Malaisie. Dans la première, HACO fabrique du café lyophilisé, des extraits de café liquides utilisés dans l'industrie, par exemple pour des produits prêts à boire ou des mokas, ainsi que des produits atomisés. Toutefois, le pôle de compétences pour le café atomisé est l'usine de Malaisie. Les produits servent essentiellement dans les prémix au café (« 3 en 1 »), très courants en Asie. L'usine possède également une brûlerie qui torréfie des grains qui alimenteront les boutiques Starbucks de la région Asie-Pacifique par exemple. L'équipe suisse conseille celle de Malaisie et assure le transfert de savoir-faire. Le facteur swissness ne doit pas être sous-estimé : « Dans le monde entier, le label Swiss Made est synonyme de fiabilité, stabilité et qualité. Dans le domaine sensible de l'alimentaire, il est important d'avoir un partenaire fiable, notre clientèle le sait parfaitement », précise D. Ingold. Le facteur swissness, les spécialistes, le savoir-faire et les bonnes relations avec les autorités ont incité HACO à investir dans son site de Gümliigen quand l'usine avait atteint ses limites en 2018. Le nouveau dispositif de production a doublé la capacité en café lyophilisé, permettant ainsi à HACO de livrer ses délicieux produits au café à une clientèle toujours plus nombreuse.

Swiss Coffee Alliance

Dans son cabinet établi à Berne, Prof. Chahan Yeretzyan conseille une clientèle qui intervient à tous les stades de la chaîne de création de valeur – des cultivateurs, négociants et torréfacteurs aux détaillants et consommateurs, en passant par les développeurs de produits et fabricants d'appareils et machines à café. Forte d'une grande expertise technologique et scientifique, la Swiss Coffee Alliance aide à optimiser les processus d'entreprise, à améliorer la gestion du cycle de vie des produits ou accompagne sa clientèle dans le développement et l'introduction sur le marché de nouvelles solutions. Grâce à des partenariats de haut rang dans la recherche et le développement et à un réseau global d'experts en café aux fonctions variées, elle occupe un positionnement unique pour initier et soutenir des collaborations et des projets, de l'idée conceptuelle et du design à la technique, à la fabrication et au conseil client. Les projets actuels portent par exemple sur l'extraction du café, de nouveaux modes de conservation de la fraîcheur et de conditionnement, l'upcycling et de nouvelles formes commerciales.

www.swisscoffeealliance.ch

Café instantané

Le café soluble, café en poudre ou café instantané est un extrait de café déshydraté qui se transforme en boisson au café après l'adjonction d'eau ou autre liquide. Alphonse Allais, David Strang ou Satori Kato figurent parmi ses inventeurs. C'est Nestlé qui a ouvert la voie à sa fabrication industrielle en 1938. L'élément déclencheur fut une surproduction de grains de café au Brésil. Le gouvernement brésilien demanda alors à la jeune entreprise suisse déjà connue de trouver un moyen de conserver le surplus de marchandise. Après huit années d'expériences en laboratoire et de développement, Nestlé présenta le résultat de ses travaux, Nescafé, qui a révolutionné le marché du café instantané. Aujourd'hui, Nescafé se décline en plusieurs saveurs. C'est devenu l'une des très grandes marques suisses.

La fabrication du café instantané se décompose en plusieurs étapes : la torréfaction du café vert, sa mouture, son extraction et sa concentration jusqu'à obtention d'un extrait de café visqueux. L'eau en est éliminée par atomisation ou lyophilisation. La lyophilisation est moins agressive que l'atomisation et donne un produit final plus aromatique.

STARTUP

U

UN VENT DE RENOUVEAU



Boostbar

Boostbar révolutionne les pauses repas dans les entreprises de toutes tailles.

Café aromatique, boissons et snacks sains, jusqu'aux repas premium, voire même un food truck virtuel, la startup mise sur des solutions durables et saines qui plaisent à chacun. Étage de direction, hall de production, espace de coworking ou « operator »: Boostbar a toujours une solution sur mesure.

Selon les besoins, les modules de Boostbar peuvent être combinés pour composer un kiosque de restauration, des coins café, voire même des cantines 24/7. Lors du développement de ses produits, la startup est surtout à l'écoute des besoins de ses clients. Les solutions pour pauses repas s'appuient toutes sur une base technologique: intelligente, surveillée par des appareils de télémétrie et intégrant des possibilités de paiement. Bref, toute la restauration du personnel prise en charge par un unique fournisseur.



Chez Jovi's: la boulangerie sans gluten

Lors de ses voyages, Jovana Beslac, atteinte de la maladie cœliaque, s'est rendu compte que la Suisse manquait clairement de boulangeries sans gluten. Très vite, elle développe l'idée d'une boulangerie sans gluten dans le cadre de son bachelor et la concrétise – sans avoir suivi d'apprentissage de boulangerie, mais avec du courage et de l'enthousiasme à revendre. Par tâtonnements et avec l'aide d'un maître boulanger, elle réussit à mettre au point de nouvelles recettes. Ses produits se composent de matières premières naturelles exemptes de gluten, par exemple de la farine de riz, de maïs, de sarrasin, de lin et de châtaigne. Par ailleurs, elle travaille des variétés de céréales plus exotiques comme le quinoa ou le teff. Elle en crée des produits de boulangerie salés et sucrés: baguettes, bricelets, pains à fondue ou à la carotte côtoient amaretti, tresses russes, petits pains au chocolat... Ils sont en vente dans la boulangerie du quartier Mattenhof et dans la boutique en ligne. En revanche, les délicieux gâteaux ne sont vendus que sur place.

Associée à une vive curiosité intellectuelle, l'émergence d'idées et de nouvelles technologies génère régulièrement de nouvelles perspectives d'affaires qui débouchent souvent sur la création de startup. Nous vous en présentons cinq exemples.



FACT

Stade de la startup

Opérationnelle

Ses créateurs

Pascal Uffer et Johannes Lermann, deux acteurs expérimentés dans le domaine de la restauration

Zurich / Berne

www.boostbar.ch

Stade de la startup

Opérationnelle

Ses créateurs

Une femme entreprenante qui a su transformer une fragilité en force

Berne

www.jovis-glutenfreiebaeckerei.ch



WomenCraft

WomenCraft est une startup sociale certifiée « commerce équitable » qui distribue des articles tressés main de décoration intérieure. Elle est établie en Suisse, en Tanzanie et aux États-Unis. Tous les produits sont fabriqués à partir de graminées naturelles, d'écorces séchées de bananiers et de fibres recyclées de sacs de riz locaux.

Les paniers et accessoires durables et élégants sont vendus dans plus de 100 boutiques partenaires à travers le monde. Depuis 2020, les tresseuses peuvent commercialiser leurs produits en Suisse, directement sur la boutique en ligne WomenCraft – sans intermédiaires. En leur donnant accès au marché mondial, WomenCraft aide les femmes qui vivent dans les régions rurales du triangle Rwanda-Burundi-Tanzanie marqué par les conflits à améliorer durablement leurs sources de revenus.



Quimbaya

Quimbaya est une startup suisse au cœur colombien qui produit du café de haute qualité à Nariño, en Colombie, et le distribue à Berne. Maite Amrein-Diaz, sa fondatrice, a grandi dans la plantation de café. Elle veille à la qualité des récoltes, mais aussi et surtout aux conditions de production. Quimbaya permet aux petits producteurs de régions en conflit de commercialiser directement leurs cafés et leur offre, en plus d'une rémunération équitable, une assistance technique gratuite, des formations sur la qualité du café et sur la culture écologique ainsi que l'accès à des petits crédits. L'objectif est de répartir plus justement la création de valeur grâce à des circuits commerciaux propres et durables et d'améliorer ainsi la qualité de vie des productrices et producteurs. De pourvoir à un meilleur avenir grâce à un café de qualité.

Les produits de cette collaboration responsable sont à découvrir dans la boutique en ligne. Quimbaya vend du café, mais aussi du cacao, du chocolat, du sucre de canne naturel appelé « panela » et des piments « aji » séchés d'Amazonie. L'entreprise propose également des cours, de la restauration et des événements pour entreprise.



TKM

L'entreprise Thuner Kaffeemaschinenfabrik (TKM) fabrique des machines à café innovantes destinées aux professionnels et aux particuliers – avec un grand succès. En 2021, la Specialty Coffee Association a élu sa machine à café et à thé TONE Touch 03 Meilleure Nouveauté. Cette machine à café filtre est la première à tolérer la modification automatique de la quantité d'eau et de la température de l'eau durant la préparation, ce qui améliore l'extraction du café et le résultat final. Par ailleurs, la méthode innovante de chauffage de l'eau sans chauffe-eau réduit de jusqu'à 90% la consommation énergétique. C'est cette association entre design bien pensé et solutions techniques innovantes qui compose l'ADN de cette startup.

Stade de la startup Opérationnelle
Ses créateurs Les quatre mousquetaires de l'entrepreneuriat social, à savoir Kara Hook et Heidi Christ (États-Unis), Lorenza Marzo (Tanzanie) et Ueli Litscher (Suisse)
Berne, États-Unis, Tanzanie
www.womencraft.ch

Stade de la startup Opérationnelle
Ses créateurs Une amoureuse du café qui veut un monde meilleur
Berne, Nariño
www.quimbayacafe.ch

Stade de la startup Opérationnelle
Ses créateurs Thomas Liebe et Markus Widmer, deux passionnés de bricolage attachés au développement durable et obsédés par la perfection du café
Thoune
www.tkm.coffee/Kaffeemaschinen

L'art de faire

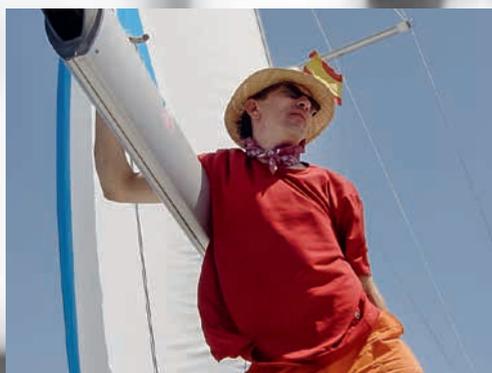
Adrian Iten a déjà eu plusieurs vies professionnelles : cuisinier de formation, il a par exemple cuisiné au Plaza Athénée à New York. Il a aussi travaillé comme journaliste pour le magazine gastro « Salz&Pfeffer ». Mais au fond de lui, il n'est qu'un, à savoir un fonceur, un vrai entrepreneur. Quand son frère Benno lui a dit un jour « viens, on va faire un truc ensemble », il leur aura fallu deux ans seulement pour monter leur propre café-bar au comptoir original, appelé Adrianos. Aujourd'hui, Adrian Iten est CEO d'un petit empire du café.

Les chefs du chef

Je savais précisément ce que je ne pourrais pas faire. Comme travailler dans une grande entreprise ou une grande institution. Je me suis mis à mon compte et j'ai aujourd'hui trois chefs : notre clientèle, notre personnel et notre actionnariat. Et pour satisfaire notre clientèle et notre actionnariat, je dois me concentrer sur notre personnel. Autrefois, je voulais trop faire tout seul, jusqu'à ce que je me rende compte que bien des personnes autour de moi étaient prêtes et avaient plaisir à m'aider à concrétiser mes idées. Mon rôle est de les motiver et de les enthousiasmer. Le meilleur moyen d'y parvenir, à mon avis, c'est de leur laisser la liberté de développer leurs points forts et leurs personnalités et d'accepter l'erreur. Nous avons une culture de la discussion dynamique au sein de la Direction et prenons toujours nos décisions à cinq. Quand nous avons voulu nommer l'un de nos cafés-bars Colonial Bar, nous avons déclenché un tollé. Je me suis d'abord dit que j'avais affaire à des personnes étroites d'esprit. Mais ce sont surtout les femmes de la Direction qui m'ont dit que ce n'était pas correct. – Aujourd'hui, ce bar s'appelle le VERSA Bar.



« Je suis et je resterai un fan de moto: je continue de < rider > et de faire du camping sauvage. »



« J'ai traversé l'Atlantique trois fois. J'ai trouvé ça fascinant de me réveiller en étant entouré juste par de l'eau. »





« À 30 ans, je n'aurais jamais pensé qu'à 55 ans je continuerais de travailler tout feu tout flamme et que j'aurais autant de plaisir à bien le faire. En fait, je vis mon rêve le plus cher. »

« Quand je fais quelque chose, ça doit être différent. »

L'entrepreneur qui pense différemment

Penser différemment est important, c'est un pilier, y compris dans ma « boutique ». Dans la restauration, nous souffrons de trop copier et trop souvent. On le voit bien dans les desserts. Il y a les desserts des années 80, des années 90... Tous proposent toujours la même chose. Quand je fais quelque chose, ça doit être différent. Alors fi du prosecco, osons le champagne et fi du classique Coca-Cola que nous remplaçons par un coca alternatif. J'ai ça dans le sang : avoir ma propre identité, la mettre en avant et ne pas sombrer dans la masse. Être Adrianos, tout simplement.

Le fumeur non-fumeur

Avant même l'interdiction de fumer dans les restaurants, Adrianos était un bar non-fumeurs – le premier de Berne. Bien que je fume moi-même. Je ne savais pas si ça marcherait ou si la clientèle partirait voir ailleurs. J'ai dit que ça serait un essai, car je suis rarement sûr de moi à 100% quand je prends une décision. Mais pour moi, des établissements sans tabac verraient forcément le jour. Heureusement, à Berne, nous avons des arcades. Nous avons ainsi pu doubler notre surface de vente. Nous avons accompagné la mise en œuvre par des mesures de communication. Peu de temps après, des restaurateurs du Valais m'ont appelé pour me demander si je leur conseillais d'interdire la cigarette dans leur restaurant. Mais c'est à chacun de décider pour soi.

Le pressé repent

Autrefois, j'ai travaillé comme un bœuf, surtout au moment de lancer un nouveau projet. Puis suivait une phase d'oisiveté. J'ai tendance à être plutôt paresseux et épicurien. Je dois donc être très efficace le reste du temps. J'ai alors suivi un séminaire sur l'attention, parce que c'était censé être bénéfique. J'ai alors compris que je faisais des choses le plus vite possible pour ensuite avoir du temps. Mais avoir du temps pour faire quoi? Grande question! Aujourd'hui, je suis arrivé à un stade où j'ai plaisir à faire et pour lequel je prends du temps. Désormais, je vis plus sur le rythme action et détente. J'ai découvert l'art de faire.

Le café est une affaire de famille – depuis 100 ans

Blasercafé compte parmi les grands torréfacteurs suisses. C'est en 1922, à Zurich, que Walter et Cécile Blaser ont fondé leur entreprise, actuellement composée de l'activité torréfaction Blaser Café AG et de l'activité négoce Blaser Trading AG. La petite entreprise familiale est venue s'installer à Berne en 1929. Nous avons demandé à Marc Käppeli, son CEO, et à Michael Blaser, son responsable communication, comment Blasercafé était devenu un grand nom du marché du café.

L'évolution de Blasercafé est une success-story : en 1922, Walter Blaser et son épouse Cécile fondent une entreprise de négoce de café à Zurich, associée à un café-bar, appelé Cécile. Dès 1929, le jeune couple d'entrepreneurs se met en quête de locaux plus grands, qu'il trouve à Berne. En 1981, l'activité de négoce du café vert devient Blaser Trading AG et celle de la torréfaction Blaser Café AG. Aujourd'hui, l'entreprise familiale est aux mains de la quatrième génération. Outre le négoce, Blasercafé est très engagé sur le marché de la restauration, avec un service client complet. L'achat de café privilégie la qualité et le développement durable.

Blasercafé a été nommé torréfacteur suisse de l'année en 2019 par le célèbre magazine Crema. Qu'est-ce qui démarque Blasercafé des autres torréfacteurs ?

Marc Käppeli : « Nous sommes tous les jours directement présents sur le marché du café, entretenons des relations qui s'inscrivent dans la durée et cernons de près les changements. Nous partageons notre savoir avec des spécialistes nationaux et internationaux. À partir de cela, nous développons sans cesse de nouveaux produits et applications. Nous sommes en mesure de proposer à la restauration des mélanges spécifiques et nous connaissons et accompagnons nos clients individuellement. »



« Nous connaissons le parcours des grains, de la plantation à la tasse, avant tout parce que nous négocions nous-mêmes le café vert. »

Marc Käppeli, CEO Blasercafé



Giuliano Bartoli surveille la torréfaction : « La réussite de l'opération tient certes à des paramètres programmables comme la durée et la température, mais plus encore à l'attention et à la sensibilité pour le juste moment. »



Le choix du lait utilisé pour un cappuccino est important.



Le goût et l'arôme d'une tasse de café dépendent aussi du bon réglage de la machine à café.

Michael Blaser: « Par rapport à de petites brûleries qui n'existent que depuis une dizaine d'années, notre savoir-faire s'appuie sur 100 ans d'expérience. Il commence par l'achat du bon produit, passe par la torréfaction et le mélange des cafés, s'étend aux baristi et aux cours sur le café et s'achève par la dégustation dans les cafés et bars de la brûlerie. »

Comment devient-on torréfacteur ?

MK: « On apprend sur le tas. Nous reprenons le programme de formation de la Specialty Coffee Association of Europe, dont nous sommes membre fondateur, avec des modules comme celui destiné aux baristi qui porte sur la préparation du café, le café vert et la torréfaction. Mais les machines à torréfier sont très variées, chacune a ses spécificités et les procédés de torréfaction sont multiples. La torréfaction est un art et exige attention et exactitude. Chez nous, chaque profil de torréfaction est paramétré individuellement et la qualité sans cesse surveillée tout au long du processus, du café vert jusqu'à la tasse. »

Quels sont vos marchés et vos clients ?

MK: « Nous travaillons dans toute la Suisse, mais la tendance est de plus en plus au régional et au local. Justement parce que les nouveaux torréfacteurs se multiplient. Nous restons principalement concentrés sur la restauration qui représente 40% de notre activité. Nous exportons 30% de nos produits. La pandémie a donné un coup d'accélérateur à la vente en ligne. Nous avons ainsi gagné des clients privés, y compris grâce à notre 'Rösterei Café und Bar' tendance, présente sur trois sites à Berne depuis 2014. Nous proposons aussi un co-labeling entre le client et Blasercafé. »

MB: « Blasercafé se déguste aussi dans l'avion, avec Swiss, ou dans le train. Le catering aérien représente environ 15% de notre chiffre d'affaires. »



« Par rapport à de petites brûleries qui n'existent que depuis une dizaine d'années, notre savoir-faire s'appuie sur 100 ans d'expérience. »

Michael Blaser,
Responsable communication Blasercafé

Cours sur le café

Les cours sur le café sont destinés aux professionnels de la restauration et aux experts en café. Mais certains sont aussi ouverts aux amateurs de café privés, comme le cours Home Barista. Le programme se compose de cours propres à Blasercafé et de cours du SCA Coffee Skills Programm. Ils sont divisés en plusieurs catégories: introduction, barista, green coffee et perception sensorielle. Les cours ont lieu dans les locaux de la Güterstrasse 6, à Berne.

www.blasercafe.ch/kaffeeurse

Avec Blaser Trading AG, vous pratiquez le négoce de café vert.

Vous approvisionnez-vous directement chez les producteurs ?

MK: « Nous connaissons le parcours de nos grains, de la plantation à la tasse. Avant tout parce qu'avec Blaser Trading nous négocions nous-mêmes le café vert, dont nous torréfions environ 1500 tonnes dans la Güterstrasse, à Berne. Nous achetons le café auprès de nos exportateurs qui sont souvent les producteurs ou une coopérative qui peut réunir jusqu'à plusieurs centaines de petits producteurs de café. Nous achetons le café déjà lavé ou séché et sélectionné par taille, emballé dans des sacs en jute de 60 à 70 kg, ou dans des big bags avec lesquels nous pouvons remplir un conteneur de 18 à 20 tonnes. »

MB: « Nous nous approvisionnons en café vert auprès de fournisseurs de longue date qui proposent du café certifié durable. Le Brésil est notre plus grand fournisseur et, en Italie, nous comptons de nombreux torréfacteurs parmi nos clients. »

Vous misez sur un service client de qualité. Quelle forme revêt-il ?

MK: « Nous avons de très bons collaborateurs du service extérieur qui offrent un support complet à notre clientèle et aux établissements de restauration. Ceux-ci ont besoin de la marchandise café, certes, mais aussi d'un soutien multiforme. Ils veulent savoir par exemple comment régler le moulin. Ou demandent des conseils sur comment s'organiser pour servir 40 places en extérieur et 30 en intérieur. Ou bien ils font appel à notre expérience quand il s'agit de savoir pourquoi la mousse s'effondre, si c'est la tasse ou la machine qui est en cause. Nos conseils sont très sollicités et ici nous pouvons marquer des points avec notre expertise unique et nos collaborateurs expérimentés. En complément, nous proposons des cours sur le café de différents niveaux pour la restauration. Ils sont très appréciés, y compris et de plus en plus par les particuliers. »

La numérisation dans le secteur du café : des appareils intelligents pour plus de gourmandise

Selecta AG de Kirchberg (BE) et Caffetta AG de Moosseedorf (BE) se sont spécialisées dans la vente par des distributeurs de cafés et de snacks à emporter. Les deux sociétés suivent des modèles d'entreprise similaires, mais des stratégies différentes : Selecta travaille dans toute l'Europe, tandis que Caffetta se concentre sur la région de Berne.

Selecta : de la micro-entreprise au groupe multinational

C'est en 1957 que Joseph Jeger, originaire de Bâle, a fondé l'entreprise Selecta. L'entreprise unipersonnelle des premiers temps n'a cessé de s'agrandir au fil des décennies et emploie désormais 7000 personnes. Aujourd'hui, Selecta est considérée comme le leader européen du marché des snacks et cafés de qualité, servis par des distributeurs automatiques. Rien qu'en Suisse, environ 27 000 appareils sont en service, dont 16 000 machines à café et distributeurs de boissons qui préparent chaque année 220 millions de boissons chaudes.

Les dernières nouveautés

Selecta se veut avant tout intégrateur système. Selecta achète ses distributeurs automatiques auprès de fabricants spécialisés et les adapte à ses propres besoins. Le processus d'intégration relève du département technique, rattaché à la division Production, à Morat, où se situe l'une des sept antennes suisses. Depuis 2012, le siège de Selecta ainsi que la centrale de distribution sont à Kirchberg (BE).

Porté par la demande du marché et le progrès technique, le groupe est engagé dans un processus d'évolution continue. Parmi ses dernières innovations : Smart Fridge, lancé en 2021. Grâce à un système de bacs et à un « algorithme de poids », le réfrigérateur intelligent identifie le prélèvement des articles.

Des distributeurs automatiques plus autonomes et plus intelligents

Autrefois, les machines à café n'étaient quasiment que des appareils mécaniques. Mais les distributeurs automatiques d'aujourd'hui sont devenus des appareils high-tech sophistiqués, truffés de capteurs et de composants électroniques. « Aujourd'hui, chaque distributeur a une carte SIM et est connecté au cloud. Il communique tous les paramètres d'exploitation à la centrale », explique Patrick Stirnimann, responsable du service technique en charge de la numérisation. Des algorithmes calculent quand un appareil a besoin d'être réapprovisionné, ce qui permet de planifier et coordonner efficacement les interventions des opératrices et opérateurs. Grâce aux composants intelligents, les distributeurs remarquent eux-mêmes quand un produit ne se vend plus depuis longtemps par exemple. Et ils préviennent quand un article a été placé dans le mauvais compartiment.

La numérisation joue donc un rôle décisif dans la gestion et l'utilisation des distributeurs automatiques. Ces dernières années, Selecta a développé toute une série d'innovations en lien avec la diversification continue des produits et des moyens de paiement. Grâce à une application, les clients peuvent localiser le distributeur le plus proche et payer sans espèces. Le paiement des consommations en pièces de monnaie devrait bientôt avoir fait son temps.



« Aujourd'hui, chaque distributeur a une carte SIM et est connecté au cloud. »

Patrick Stirnimann, responsable du service technique en charge de la numérisation Selecta AG

Composantes numériques et humaines

Pour Selecta, la numérisation n'est pas un projet, mais un processus qui s'inscrit dans la durée. Les progrès techniques doivent avant tout servir à améliorer la qualité et la personnalisation du service. À l'avenir, les clients pourront obtenir un café et une boisson mixte parfaitement conformes à leur goût. Par ailleurs, le distributeur automatique, en tant que robot collaboratif, sera capable de reconnaître le consommateur et d'identifier, à son visage, ce dont il a envie grâce aux données qu'il a enregistrées à son sujet.



Image à gauche : l'offre complète de Selecta, du plat préparé au café en passant par la boisson rafraîchissante.

Image à droite : les distributeurs Selecta doivent braver tous les temps lorsqu'ils sont en extérieur, par exemple à l'arrêt du train de banlieue.



« Tout notre personnel a une certaine affinité avec l'informatique, à laquelle s'ajoute le savoir-faire spécifique de notre équipe de huit techniciens. »

Jürg Scheidegger, CEO et copropriétaire Caffetta Automaten AG

Caffetta AG : le plaisir de la pause-café

Dans la région de Berne, Caffetta AG gère quelque 1200 machines à café et distributeurs automatiques de boissons chaudes, produits réfrigérés et snacks. Plusieurs modèles de contrat existent – location, vente, services tout compris... Plus d'une cinquantaine de collaborateurs entretient les appareils. Depuis plusieurs années, la formule « Full-Operating System » est la plus courante. « Avec ce système, l'entreprise n'a pas de frais courants », précise Jürg Scheidegger, CEO et copropriétaire, qui a fondé l'entreprise il y a 32 ans. Dans certaines entreprises, Caffetta s'occupe même des cafétérias et fournit le personnel de service.

Affinité IT

« Notre groupe cible est très varié. Il réunit les entreprises et établissements qui attachent une grande importance à la qualité des collations proposées », explique le dirigeant. Caffetta se concentre sur les collations en intérieur. Le vrai point fort de l'entreprise, ce sont les solutions sur mesure, tant pour les petits établissements aux effectifs très réduits que pour les grandes entreprises et institutions employant des centaines de personnes. Chaque jour, les clients de Caffetta consomment environ 15 000 cafés, boissons et snacks, dont un millier de produits de boulangerie frais.

L'entreprise a une trentaine de collaboratrices et collaborateurs sur le terrain. Ils parcourent les routes et réagissent rapidement aux commandes de la clientèle. La centrale les épaulé. Ces dernières années, les processus de travail se sont largement numérisés et les interventions se planifient à l'aide d'un logiciel d'ERP. Les distributeurs automatiques sont des machines premium dotées de capteurs et de composants électroniques. Leurs écrans tactiles sont conviviaux et ils proposent bien entendu le paiement sans espèces. Par ailleurs, les appareils d'une même entreprise sont en réseau et utilisables à l'aide d'un badge de collaborateur. Les distributeurs dernière génération sont reliés à la centrale par le cloud et par l'IoT à qui ils fournissent, en temps réel, toutes les données nécessaires au service et à l'entretien. « Tout notre personnel a une certaine affinité avec l'informatique, à laquelle s'ajoute le savoir-faire spécifique de notre équipe de huit techniciens », précise M. Scheidegger à propos des compétences en numérique de ses effectifs.

Circuits locaux

Grâce à la numérisation avancée, Caffetta dispose d'une intégration verticale élevée. « Nous sommes capables de faire quasiment tout nous-mêmes. Nous achetons juste les machines, les aliments et les boissons auprès de fabricants régionaux », poursuit J. Scheidegger qui mise sur les circuits courts de façon ciblée. Pour le café, Caffetta travaille notamment avec le torréfacteur Blaser Café AG ; pour les produits de boulangerie, elle ne fait appel qu'à des boulangeries régionales. Les produits frais comme les salades et le « Birchermüesli » proviennent de fournisseurs locaux. Les machines à café viennent elles aussi des environs proches : il s'agit des appareils high-tech de Schaerer-WMF à Zuchwil (SO).

Pour le dirigeant, la numérisation ne sert pas à faire des économies de personnel, mais à optimiser la qualité.



Caffetta à l'heure italienne – avec un cappuccino ou un latte macchiato.



Le plaisir individuel du café servi par le distributeur intelligent de Caffetta.

La Suisse a son petit coin de Provence... en Haute-Argovie



Depuis 2007, les agriculteurs de [suissesses](#)® cultivent la vraie lavande en Haute-Argovie pour produire la première huile essentielle de lavande suisse.

En Haute-Argovie, plusieurs agriculteurs pionniers et engagés auprès de la nature se sont lancés dans une nouvelle activité. Aujourd'hui, ils commercialisent de précieuses huiles essentielles et hydrolats issus de leur propre production bio, sous la marque *suisssences*[®]. Ils distillent des aiguilles de conifères et des herbes odorantes. Ces huiles essentielles parfumées sont utilisées en aromathérapie et entrent aussi dans la composition d'une gamme de soins qu'ils ont créée.

Le sauna de la ferme aura marqué l'histoire de la famille Hess, à Wangen an der Aare. Au cours d'un bain de vapeur sèche, Fritz Hess, agriculteur, et ses amis se sont demandé pourquoi les huiles essentielles d'épicéa utilisées à cette occasion provenaient de Finlande, alors que chacun d'eux possédait un bout de forêt et regrettait de ne pas pouvoir valoriser les branches élaguées. Partis en quête d'huiles essentielles d'origine suisse, ils sont revenus bredouilles. Même les produits cosmétiques naturels suisses contenaient des huiles venant de l'étranger. Ils eurent alors envie d'innover et de produire eux-mêmes de telles huiles. Ils commencèrent à se former, à distiller, apprirent à leurs dépens, persévérèrent, s'investirent, jusqu'à obtenir un produit commercialement viable. C'est ainsi qu'a débuté l'histoire de *suisssences*[®] il y a 17 ans.

Lavande et monarde

Une coopérative rassemblant neuf agriculteurs s'est donc lancée, à titre d'activité annexe, dans la culture de lavande, sauge sclarée, mélisse citronnelle, thym citron, menthe poivrée et de monarde, une plante plus exigeante, plus rare, commercialisée depuis seulement dix ans. La Haute-Argovie a alors vu ses populations de papillons et d'abeilles se diversifier et s'est parée de nouvelles fleurs, couleurs et senteurs qui rappellent le Sud, les vacances, la Provence. La lavande véritable, aux feuilles lancéolées, au parfum suave, fleuri et pénétrant et aux panicules violettes

est un bienfait pour nos sens ; elle calme et apaise. Le charme de ce nouveau paysage qui voyait le jour a sans doute encouragé les pionniers à redoubler d'efforts.

La plupart des champs fleurissent vers fin juin et peuvent s'admirer au cours d'une balade à vélo décrite sur *myOberaargau*. La forêt avec ses conifères, notamment ses épicéas, sapins argentés et pins douglas, reste tout de même un pilier important de la production.

Des huiles essentielles obtenues par vapodistillation

La ferme du gérant, Christoph Hess, qui a repris l'activité de son père, compte deux installations de vapodistillation. Les précieuses huiles essentielles sont distillées juste après la récolte. Le matériel végétal est placé, plus ou moins tassé, dans l'alambic en acier chromé. La vapeur s'élève à travers le fond perforé, circule à travers les végétaux dont les glandes oléifères s'ouvrent et se charge alors en huile essentielle. Ensuite, l'huile et l'eau se séparent dans le décanteur. Le rendement n'est pas toujours identique. Il faut environ 600 kg de panicules de lavande pour obtenir environ 1 litre d'huile. Recherchée, la production d'huile essentielle de mélisse citronnelle s'opère à plus petite échelle et coûte très cher.

Des visites de la distillerie sont organisées en été pour les groupes. Un apéritif peut la conclure, pour une sortie parfaite.



Les champs en fleurs offrent une nourriture abondante aux insectes.



Les huiles essentielles sont obtenues par vapo-distillation. Des visites sont organisées pour les groupes à partir de 15 personnes.



Cette monarde fistuleuse au parfum de rose de Damas est une forme cultivée de monarde très rare.



« Nous fabriquons l'huile essentielle d'aiguilles d'épicéa à partir des branches que nous élaguons lors de l'entretien de nos forêts. Il faut environ 1 tonne d'aiguilles broyées pour obtenir 1 litre d'huile essentielle. »

Christoph Hess,
gérant suissessences®

Plus que de simples producteurs

Contrairement aux pratiques courantes dans l'agriculture, les producteurs de suissessences® n'ont jamais voulu se limiter à la seule production. Pour rester maîtres de leurs prix et de leur rémunération, ils ont souhaité garder la main sur toute la chaîne de création de valeur : de la culture à la commercialisation, en passant par la production et le développement des produits.

Une rencontre fut certainement providentielle. Séduite par le projet, Brigitte Schulthess, biologiste compétente en aromathérapie, procédures d'homologation et parfumerie, a rejoint la coopérative et apporte un soutien important à suissessences®. Elle réceptionne les huiles dans son laboratoire, avec toutes les informations sur leur provenance. C'est là aussi que sont formulées les produits cosmétiques naturels.

100% suisses, des champs aux produits naturels

Au laboratoire, l'huile est filtrée puis rectifiée pour garantir les mêmes parfums d'une année sur l'autre. En plus des huiles essentielles, suissessences® produit des gels douche, des shampoings, des lotions de soins, des crèmes, des sprays d'ambiance, des huiles pour le corps et des hydrolats. Les produits sont conformes à l'ordonnance sur les cosmétiques. L'entreprise Phytomed d'Oberburg gère le condition-

nement et l'étiquetage. Elle s'occupe également de la distribution aux revendeurs, notamment aux aromathérapeutes. Les clients finaux peuvent se procurer les produits naturels directement sur la boutique en ligne de suissessences®, dans des magasins fermiers régionaux ou à l'occasion de visites guidées.

suissessences® gère également la publicité et la prospection. Son plus grand succès à ce jour est la collaboration avec Swissôtel qui dispose des produits suissessences® dans les chambres de ses hôtels sous la marque Pürovel. La demande en senteurs naturelles et en produits régionaux est dans l'esprit du temps et son potentiel est vaste.

suissessences® est la première ligne de soins suisses composée exclusivement d'huiles essentielles pures, issues de végétaux cultivés et distillés par les producteurs eux-mêmes. Les produits sont en vente dans la boutique en ligne sur www.suissessences.ch

Pour réserver une sortie de groupe avec visite de la distillerie de Wangen an der Aare, contacter Christoph Hess : christoph.hess@suissessences.ch

Concours : gagnez une machine à espresso italienne et 20 dosettes

La machine à dosettes E.S.E. «FlyTek ZIP» séduit par sa technique de précision, son design élégant et sa facilité d'utilisation. Elle sert un espresso à la mousse onctueuse.

Le kit de démarrage contient la machine à espresso et un coffret de dégustation de 20 dosettes E.S.E. Blasercafé propose des dosettes de café qui satisferont à toutes les envies. L'espresso se décline par exemple en quelque 18 variétés, dont «Lilla e Rose», très appréciée dans la restauration, plusieurs sortes de café bio du commerce équitable et des dosettes portant des noms bernois, comme Marzili, Lorraine ou Elfenau.

www.blasercafe.ch



1

Question 1 :

Quel est l'auteur de la citation suivante ?
« Outre les technologies de base nécessaires, nous pouvons individualiser les produits de nos clients à l'aide de technologies particulières. Nos techniciens développent ces processus majoritairement en interne. »

Patrick Stirnimann, Selecta AG

Adrian Iten, Adrianos

David Ingold, HACO

2

Question 2 :

Quand Blasercafé a-t-elle été fondée ?

1932

1922

1902

3

Question 3 :

Sur quelle photo voit-on le distributeur automatique intelligent Caffetta ?

Image A

Image B



Le gagnant ou la gagnante sera tiré(e) au sort et recevra une notification écrite. Les collaboratrices et collaborateurs de l'Office de l'économie ne sont pas autorisés à participer. La voie juridique est exclue. Le prix ne pourra être versé en espèces.

Vous pouvez faire parvenir votre solution **jusqu'au 5 août 2022** sur le site www.berninvest.be.ch/chance

Toutes nos félicitations au gagnant de notre concours du magazine « berncapitalarea » 2/2021: Stefan Zingg, Münchenbuchsee.

Demande donc au Service spécialisé Promotion de la qualité et des ventes

Pour assurer la promotion et le renforcement de l'agriculture bernoise et des produits régionaux, l'Office de l'agriculture a la possibilité de soutenir financièrement des mesures de promotion des ventes et des projets d'innovation et de création de valeur. Son action se fonde sur l'Ordonnance sur la production et la commercialisation dans l'agriculture (OPCA). L'application de celle-ci incombe au Service spécialisé Promotion de la qualité et des ventes (PQV).

Question: Comment la Promotion de la qualité et des ventes (PQV) soutient-elle les idées innovantes ?

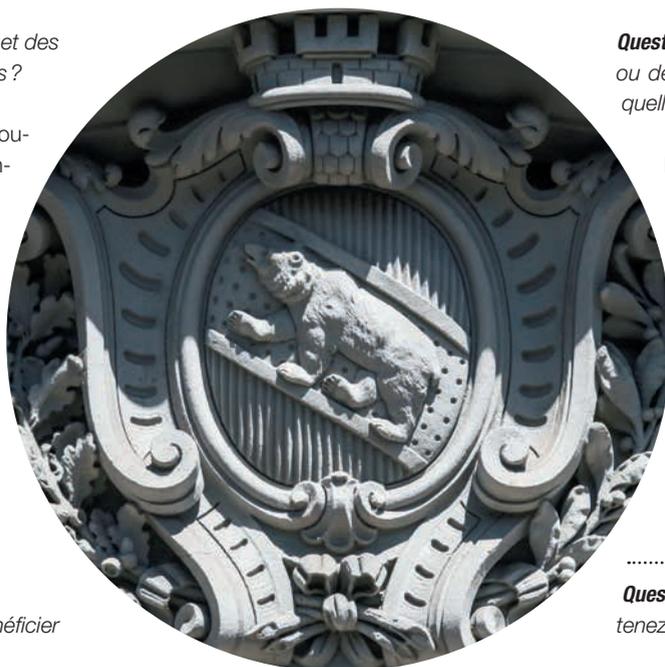
Réponse: Le Service spécialisé PQV offre un soutien financier pour le développement de potentiels régionaux de création de plus-value, mais il peut aussi accompagner les actrices et les acteurs de l'innovation, de même que les groupements, dans la phase exigeante de démarrage et cela jusqu'à l'initiative concrète d'innovation et de création de plus-value. Cet encouragement et cet accompagnement contribuent à l'élévation de la création de plus-value dans les régions rurales et au renforcement des chaînes de création de plus-value. Les produits régionaux du canton de Berne sont ainsi encouragés.

Question: Quels genres de projets peuvent bénéficier d'un soutien fondé sur l'OPCA ?

Réponse: Aux termes de l'Ordonnance OPCA, deux types différents de projets entrent en ligne de compte :
1. Les projets innovateurs et les projets créateurs de plus-value: Ceux-ci peuvent être subventionnés durant cinq ans au plus, pour autant qu'ils soient financièrement autonomes à l'issue de la phase d'élaboration, de lancement et de consolidation. Les coûts déterminants sont les dépenses liées à la planification, à la mise en place (à l'exclusion de l'infrastructure), à la coordination et aux mesures dans le domaine de la communication-marketing.
2. Les mesures de promotion des ventes: Celles-ci peuvent être subventionnées sans limite de durée. Les dépenses liées à la communication-marketing sont acceptées en tant que coûts déterminants.

Question: Quelles conditions mon projet doit-il remplir pour être éligible ?

Réponse: Il y a deux préalables cruciaux: d'abord le projet doit être porté par un organisme responsable dans lequel sont représentés plusieurs secteurs.



PREDIGERGASSE 5

La ville a construit le bâtiment entre 1905 et 1907 comme siège de la police.

Cela veut dire que les actrices et les acteurs doivent couvrir au moins deux secteurs, par exemple l'agriculture et le commerce ou les services et l'agriculture. Deuxièmement, il faut montrer de quelle manière les projets peuvent aider à maintenir ou augmenter la création de plus-value dans l'agriculture.

Question: Des mesures prises par des exploitations individuelles sont-elles également éligibles ?

Réponse: Non, le projet doit profiter à un nombre important des productrices et producteurs d'une région.

Question: Je souhaite soumettre une idée de projet ou demander un soutien. Où dois-je m'adresser et quelles sont les modalités ?

Réponse: La demande peut être adressée à notre service. Vous pouvez aussi nous contacter au préalable. Nous vérifierons alors de manière informelle si l'idée de projet répond aux conditions ou nous indiquons quelles conditions ne sont pas (encore) remplies. Une demande qui nous a été soumise est ensuite examinée conformément aux dispositions de l'Ordonnance.

Vous trouverez nos coordonnées sur le site web :



Question: Quels projets accompagnez-vous ou soutenez-vous actuellement ?

Réponse: Le projet «Les fibres naturelles, une opportunité», par exemple, est un projet innovateur et créateur de plus-value. Il a pour objet d'encourager la culture du lin en Suisse, plus particulièrement dans l'Emmental, et de renforcer ou d'établir la chaîne complète de création de plus-value.

En plus des projets encouragés sur la base de l'Ordonnance sur la production et la commercialisation dans l'agriculture, le Service spécialisé Promotion de la qualité et des ventes accompagne également les projets de développement régional (PDR) localisés dans le canton de Berne. Un PDR comprend des mesures de divers acteurs, harmonisées entre elles. L'objectif central de cette coopération régionale est la création de plus-value dans l'agriculture. La coopération au sein du PDR vise à exploiter le potentiel de la région et à améliorer les revenus agricoles. En plus de l'encouragement de projets dans le domaine de la commercialisation régionale, le Service spécialisé Promotion de la qualité et des ventes est également responsable de la promotion des ventes de bétail de boucherie et de bétail de rente.



De nouvelles implantations dans le canton de Berne

La Promotion économique du canton de Berne accompagne les entreprises et initiatives internationales innovantes dans leur processus de décision et d'implantation dans le canton de Berne. Quelques exemples : Gentic Software AG et Power Integrations. À cet effet, elle travaille avec la Greater Geneva Bern area, un partenaire intercantonal, qui entretient un réseau dans une sélection de marchés cibles à l'étranger.



Gentic Software AG

L'éditeur de logiciels viennois Gentic développe des systèmes de gestion des contenus (CMS) et des solutions de portails électroniques pour les autorités, les entreprises, les assurances et les banques dans les pays germanophones. Son portail de dialogue Acta Nova permet aux citoyennes et citoyens d'effectuer un certain nombre de démarches administratives en ligne, facilitant ainsi des interactions plus transparentes et efficaces, également en termes de coût, entre la population et les autorités. La solution connaît un succès considérable sur le marché suisse, où la clientèle se compose surtout d'administrations publiques (comme le Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication).

La nouvelle filiale, basée à Berne, est le premier bureau de Gentic à l'étranger. Elle agira en tant que société de vente, de conseil et de gestion de projet, soutenant ainsi les efforts d'internationalisation de l'entreprise.

Forte de sa situation centrale, de son plurilinguisme et de son statut de capitale, Berne offre à Gentic les conditions idéales pour proposer ses prestations dans le pays entier. L'implantation de cette entreprise s'est déroulée en collaboration avec notre partenaire intercantonal Greater Geneva Bern area.

Power Integrations

Cette entreprise américaine de technologie a ouvert son nouvel immeuble au mois de mars à Biel/Bienne. Power Integrations est leader du marché dans le domaine des semi-conducteurs pour la transformation d'énergie à haute tension. Son procédé unique en son genre permet de générer, de transporter et de consommer de l'énergie renouvelable.

Power Integrations s'engage depuis dix ans déjà à Biel/Bienne. L'entreprise a d'abord pris le contrôle de CT-Concept Technologie AG, le leader dans le domaine des circuits d'IGBT pour moyenne à haute puissance. En 2019, Power Integrations a ensuite fait l'acquisition auprès de la commune de Biel/Bienne du terrain sur lequel a été bâti l'immeuble de 4600 mètres carrés pour un montant de 20 millions de dollars. Quelque 60 ingénieurs et autres spécialistes techniques y travaillent aujourd'hui – un nombre qui sera appelé à croître dans les prochaines années. En plus des bureaux et des laboratoires modernes, les installations sont alimentées par un système de panneaux solaires de 25 kilowatts implanté sur le toit.

#cantondeberne

Cafés : révolution et Lumières

Depuis leurs débuts le succès des cafés ne se dément pas – quel que soit le pays, quel que soit le milieu culturel. Si, aujourd’hui, on associe ces établissements à des moments de convivialité et de détente, l’ambiance des premiers temps y était explosive. Voici une petite rétrospective de l’histoire agitée des cafés, suivie de nos adresses coups de cœur.

En 1935, dans « All about Coffee », devenu un classique, l’auteur américain William H. Ukers affirmait que les cafés étaient des « viviers » de l’agitation, que le café était la boisson la plus radicale au monde, car elle stimulait la pensée, ce qui la rendait dangereuse pour les tyrans. Cette affirmation n’était pas gratuite ; dans les premiers cafés du royaume ottoman, aux XV^e et XVI^e siècles, la clientèle discutait, débattait et parlait politique. Les autorités du Caire et de Constantinople avaient essayé de mettre un terme à ce mouvement au moyen d’interdictions, mais sans grand succès. Charles II en Angleterre, Frédéric le Grand et d’autres éminents personnages d’Europe connurent pareilles déconvenues lorsqu’ils tentèrent d’interdire la consommation de café, les cafés et leurs clientèles agitées. La révolution la plus célèbre a été déclenchée au Café le Foy à Paris : le 12 juillet 1789, Camille Desmoulin monte sur une table pour appeler son auditoire à prendre les armes. S’en suivra la prise de la Bastille, puis la Révolution française. Depuis, le café est connu comme la boisson des Lumières.

Les cafés ne furent pas que des berceaux de révolutions. Ils abritaient également les premières boîtes aux lettres par exemple, stimulaient l’activité journalistique et littéraire et la diffusion des connaissances, ce qui a fortement influencé le développement des sociétés. Bien entendu, on y jouait également. Si quelques établissements étaient louches, les cafés ont ce mérite d’avoir rendu plus sobre la société européenne qui, jusque-là, se désaltérait surtout avec des boissons alcoolisées.

Même si les cafés actuels accueillent des conversations moins révolutionnaires et ont perdu de leur importance sociale, ce sont toujours des lieux appréciés pour la lecture et les rencontres.



Jusq'à : mode et café, Berne

Cet établissement, situé dans la vieille ville de Berne, propose du café, mais aussi du thé et parfois les deux mélangés. Avec ses créations originales au café et au thé, Dany Affolter, propriétaire et barista du « jusq'à » invite sa clientèle à un moment de détente. Les mélanges de café sont également proposés à la vente, de même que les tumblers et les vêtements « have fun ». Le café provient de l'AROMAWERK, le thé de Länggass-Tee.

www.jusqa.ch

Kafoj, manufacture de café, Bienne

Comment appelle-t-on un café dans une ville bilingue comme Bienne ? Tout simplement « kafoj », le mot en espéranto qui désigne les spécialités à base de café. Guy Perrenoud et Fernanda Bergmann sont les deux propriétaires. Dans leur propre atelier de torréfaction, ils transforment de petites quantités de grains de qualité, issus d'exploitations agricoles durables et équitables, en produits originaux variés qu'ils proposent le jeudi matin et le samedi au Kafoj. Ils vendent également des friandises, du thé obtenu à partir de feuilles de café et d'élégants accessoires, comme des cafetières Bialetti ou des vases.

www.kafoj.ch

À la recherche du « Barista Roman », Bienne

« The Barista Roman » ? Vous ne le trouverez pas, c'est lui qui vous trouvera. Comment ? Logé dans une élégante Fiat Cinquecento, il se rend là où on l'appelle. La seule condition pour le faire venir ? Disposer d'un branchement électrique. Roman, le chauffeur et barista, vient de Bienne. Il sert des cappuccinos et des « flat white » aussi savoureux qu'esthétiques. Expert en « latte art », il enseigne cet art lors de cours, directement au domicile de ses élèves qui deviendront de parfaits « home baristi ».

www.thebaristaroman.ch

Emma & Paul, Berne

Emma & Paul et Tele – ils incarnent à eux trois un pan de culture italienne du « caffè ». Emma est un iconique Piaggio APE qui a fait ses premiers tours de roue en Italie en 1966. Paul est une robuste Faema E61 qui produit de savoureux cafés, de l'espresso au cappuccino. Tele, le barista, est aux commandes de Paul et d'Emma. On peut les louer tous les trois ou les rencontrer à différents endroits de Berne, mais uniquement si le temps le permet. La torréfaction spéciale se vend sous forme de grains et de « tabs ».

www.caffemobil.ch

Kaffeekutsche, Thoune

L'espace de coworking FrachtRaum de Thoune propose du café du Kaffeekutsche, une caravane vintage aménagée, appelée Graziella. En plus des spécialités au café classique et des alternatives sans caféine, on y trouve des pâtisseries maison de saison de la « gérante », Anja. Le Kaffeekutsche et son équipe peuvent se louer. En plus de l'offre habituelle, on peut réserver des apéritifs, du vin chaud, des buffets de desserts, etc.

www.kaffeekutsche.ch



Les secrets d'un excellent café par Prof. Chahan Yeretian, gourou du café (cf. En couverture, p. 5) :

1. Origine

Tout commence par d'excellents grains verts, d'une grande origine. Car tous vos efforts pour obtenir un bon café resteront vains si la matière première n'est pas qualitative.

2. Savoir

Ensuite, chaque étape le long de la chaîne de création de valeur joue un rôle essentiel : la torréfaction, le broyage des grains et l'extraction. La connaissance et la compréhension du café font la différence. Mieux on connaît son café, meilleure sera la qualité obtenue.

3. Fraîcheur

Mieux vaut préparer et boire son café le plus tôt possible après la torréfaction.

4. Une affaire de goût

Le café idéal est une affaire de goût, comme bien souvent. Mes cafés préférés : un espresso obtenu à l'aide d'une machine à porte-filtre, à partir d'une torréfaction assez foncée d'un pays d'Amérique centrale comme le Guatemala. Un café filtre fraîchement moulu et préparé, obtenu à partir de grains de café d'Afrique d'une torréfaction claire.



La recette du succès se trouve ici!

Dans le canton de Berne, les entreprises innovantes atteignent régulièrement d'excellents résultats en particulier dans le domaine des techniques médicales, énergétiques et environnementales, de l'industrie de précision, de l'informatique et des services. La Promotion économique entend vous ouvrir la voie vers le succès. En établissant des contacts, en vous conseillant et en vous ouvrant des portes, nous vous aidons à rechercher un site d'implantation et à résoudre des questions de financement. Avez-vous des projets? N'hésitez pas à prendre contact avec nous!