

INTERVIEW

Katherine Choong,
née pour grimper

Page 16

VACANCES

Nouveauté Reka et
bon à gagner

Page 82

La Salamandre de
BFM, fraîche,
épicée, brassée à
Saignelégier



BRASSERIE BFM

De l'or qui mousse

À VOTRE SERVICE

- 6 Côté famille**
Jeux dans un labyrinthe
- 9 Conseils:** un chien bien élevé en ville
- 11 Sondage**
- 12 Evasion:** Les Gastlosen

INTERVIEW

- 16 Katherine Choong**
Grimpeuse jurassienne médaillée d'or

ZOOM

- 22 Brasseur de votre région**
Rencontre avec un producteur passionné
- 24 La bière nous étonne**
Faits surprenants
- 28 Petits pains du 1^{er} Août**
Parrainage Coop

SAVEURS

- 34 Viande suisse**
Conditions d'élevage des poules
- 36 En rayon**
Les poissons suisses
- 38 Union croquante:** quand Kambly rencontre Cailler
- 42 Vins:** rouge, blanc, rosé, les bouteilles cultes en Suisse
- 46 Place du marché**
Typiquement suisse

IMPRESSUM

Editeur Coopération
Coop Société Coopérative
4002 Bâle
Jörg Ledermann

Directeur de la publication
Patrick Wehri

Rédaction
Case postale 2550, 4002 Bâle
Tél.: 0800 400 400
Fax: 0848 400 045*
coopération@coop.ch
www.cooperation.ch

Rédacteur en chef
Thierry Délèze

Service des abonnements
Tél.: 0800 400 400
Fax: 0848 400 045*
abo.cooperation@coop.ch
www.cooperation.ch/abo

Service clients
Case postale 2550, 4002 Bâle
Tél.: 0848 888 444*
www.coop.ch/contact

Services clients Supercard et Hello Family
Case postale 160, 4132 MuttENZ
Tél.: 0848 880 440*
www.supercard.ch

(*tarif national)
Impressum détaillé sur:
www.cooperation.ch/impressum

Jeux et concours: aucune correspondance n'est échangée pour les concours. Les données sont transmises à des tiers pour la gestion du concours.

- 48 Recettes**
Röstis d'été, pain à la montagnarde et tarte à la tomate (photo)



- 56 Livre de recettes**
Vite fait, bien fait
- 62 Région**
- 68 Des paroles aux actes**
Pro Specie Rara
- 72 Brèves**

FAMILLE

- 77 Le savais-tu:** les insectes ont-ils des oreilles?

LIFESTYLE

- 81 Mode**
- 82 Vacances Reka**
Un accès à la mer pour les personnes en fauteuil
- 85 Mots fléchés**
- 87 Jeux & horoscope**
- 89 Jeux juniors**
- 92 People**
- 94 Rendez-vous**
Chronique de Jean-Dominique Humbert
La Fête des Vignerons
Les sorties de la semaine

ÉDITORIAL



THIERRY DÉLÈZE
RÉDACTEUR EN CHEF
THIERRY.DELEZE@COOP.CH

Le charme des bières régionales

Si je vous dis «pays buveur de bière», il y a fort à parier que vous penserez d'abord à l'Allemagne et sa fête de la bière, à l'Irlande et son sens de la fête ou encore à la Belgique plutôt qu'à la Suisse? Et vous aurez raison, en partie du moins.

C'est que la Suisse entretient un étonnant rapport à la boisson maltée. Avec une consommation moyenne autour des 55 litres par habitant, nous passons pour des petits sirops à côté des quelque 143 litres bus chaque année par les Tchèques, rois incontestés de la discipline depuis plus de 20 ans. En revanche, nous détenons un record bien à nous: celui de champion du monde du nombre de brasseries par tête de pipe. On en compte plus de 1000 dans le pays. Un chiffre en constante augmentation qui illustre un intérêt sans cesse grandissant pour la mousse artisanale. Certains de ces brasseurs passionnés se sont lancés dans leur cuisine, pour être aujourd'hui commercialisés.

Nous mettons à l'honneur dans ce numéro les bières locales en vous présentant un brasseur de votre région. Son histoire, son parcours, son amour pour ce qu'il produit (*lire dès la page 22*). Sur notre site Internet, vous trouverez également les portraits d'autres brasseries romandes. Notre pays est en effet là aussi d'une diversité extraordinaire. La bière est la boisson alcoolisée la plus bue au monde. En Suisse, elle change de goût tous les kilomètres ou presque. Il serait dommage de ne pas se laisser tenter. Modérément bien sûr. In cervisia veritas? ●

 www.cooperation.ch/opinions

Une bière, svp!

Selon quels critères choisissez-vous votre bière? Pour plus de la moitié des personnes interrogées, le goût est primordial. Par contre, 46% des femmes sondées ne boivent pas de bière contre seulement un cinquième des hommes.



Plusieurs réponses étaient possibles.

A la faveur du goût!

Les palais ont parlé. Le goût est le critère primordial pour plus de la moitié des personnes interrogées. Il grimpe même à 62% pour les hommes, alors qu'il tombe à 42% chez les femmes. L'importance du goût baisse aussi avec l'âge et passe de 63% pour les moins de 30 ans à 38% pour les retraités. Ce critère est aussi totalement neutre, puisqu'il n'y a aucune différence par rapport aux régions linguistiques.

Pas de bière pour près de la moitié des femmes

Si 32% des sondés ne boivent pas de bière, seuls 18% des hommes ne sont pas fans du breuvage contre 46% des femmes. Et qu'en est-il de l'âge? Moins de 28% des moins de 45 ans n'en boivent pas contre plus de 36% des 45-79 ans. Ce taux baisse même à 24% pour les gens ayant une formation supérieure et grimpe à 37% pour les autres. Enfin, 39% des sondés sans emploi ne boivent pas de bière.

 D'un clic, tous les détails de ce sondage et d'autres avis sur: www.cooperation.ch/sondage

MICRO-TROTTOIR



Théoda Robertini (18 ans), étudiante, Fribourg

«Je préfère la bière blanche. Après je n'ai pas beaucoup de critères. Si l'étiquette est jolie, cela peut m'inciter...»



Bruno Angiolini (55 ans), éditeur, Pully (VD)

«D'après la marque. J'aime la bière blonde et la blanche. Mais généralement je reste dans ce que je connais, je n'en teste pas souvent des nouvelles.»



Konstantin Büchler (35 ans), éducateur de l'enfance, Lausanne

«Je privilégie si possible les bières locales. Elles sont très bonnes, il y en a une grande diversité et les goûts sont très intéressants!»



C'est en 1997 que Jérôme Rebetez (45 ans) a fondé la Brasserie des Franches-Montagnes (BFM) à Saignelégier.

Une brasserie devenue lieu de rencontre

Voilà plus de vingt ans que Jérôme Rebetez a créé la bière des Franches-Montagnes à Saignelégier. Sa brasserie fraîchement agrandie est aussi devenue un lieu de sortie et de rencontre pour les Jurassiens.

TEXTE ALAIN WEY PHOTOS DAVID MARCHON



Ci-dessus, le boss en compagnie de l'un de ses maîtres brasseurs, Dave Santiago, d'Atlanta (USA). Ici, les séances de production se tiennent d'ailleurs en anglais.

halle de production a fini d'être mise en route cette année et dans cinq ans, on espère avoir réussi à doubler notre production!»

Bien plus qu'une simple bière régionale, la BFM est distribuée dans 18 contrées, dont la plupart des pays européens, les Etats-Unis, le Canada, la Chine, le Japon, Taïwan et la Corée du Sud. Jérôme Rebetez en avale des kilomètres. «Cette année, j'ai déjà dépassé les 70 nuits d'hôtel dans plus d'une dizaine de pays pour faire des tournées promotionnelles et rencontrer les dépositaires et les vendeurs!» De quoi s'interroger sur les qualités de polyglotte de ce voyageur à la fibre créative. Il parle tout simplement huit langues, dont couramment le suisse-allemand, l'allemand et l'anglais, et se débrouille en italien, espagnol, japonais et russe! D'ailleurs, les quatre brasseurs professionnels de la BFM sont aussi bien Ecossais, Américain, Alsacien qu'Allemand!

Une bière du rockeur?

L'originalité est l'un des mots d'ordre de la BFM, qui brasse une douzaine de bières. Petit florilège: La Salamandre (blanche), La Meule (blonde à la sauge), La Torpille (brune), La Cuivrée (ambrée) ou encore La Mandragore (noire). Une bière s'appelle même «Highway to Helles» en référence à AC/DC. «Ein Helles» étant le nom donné à une blonde en allemand. Mais peut-on parler de bière du rockeur pour la BFM? Pas vraiment... Le boss relativise la chose: «Je dirais que la bière, c'est plutôt du rock et le vin de la musique classique!»

Tschhhh! En fait, le patron associe clairement sa bière à la rencontre et à la bonne humeur. Près de 25 concerts ont lieu chaque année sur la scène de la brasserie. Et si vous passez dans le coin, vous croiserez certainement la mascotte du lieu: le chat «27,6»! ●

www.brasseriebfm.ch

Les bières blanches La Salamandre, à la sauge La Meule et brunes La Torpille sont disponibles dans la plupart des points de vente Coop de votre région.

Devant la Brasserie des Franches-Montagnes (BFM), une grande terrasse accueille le visiteur de la plus belle des manières. D'un côté deux pistes de pétanque fraîchement construites et de l'autre une piscine pour les plus petits qui accompagneraient leurs parents. Ici, on ressent d'entrée un parfum de rencontre. Là un bar, puis une boutique et plus loin une grande scène musicale et des baby-foots. «Les jeunes de la région aiment bien venir ici, lance Jérôme Rebetez, le patron des lieux. Il n'y a pas d'endroit pareil dans le Jura. On est ouvert le soir quatre jours par semaine et on fait le plus gros débit de bière du canton! Notre idée est que Saignelégier devienne un lieu de sortie malgré tout!»

L'eau, la terre, le feu et la magie

Diplômé en œnologie, Jérôme Rebetez tente l'aventure du houblon et du malt en 1997. «La légende dit que j'ai gagné un concours à la télévision pour lancer la brasserie, *Le Rêve de nos 20 ans*», sourit-il, pas peu fier du chemin parcouru depuis. Aujourd'hui, son audace a de quoi faire rêver. Le Jurassien est le patron d'une trentaine de collaborateurs, sa brasserie s'étend sur près de 4000 m² et il produit 500000 litres de bière par année.

Il faut croire que la salamandre qu'il a choisie comme emblème de la BFM lui a porté chance. Depuis le Moyen Age, cet animal est aussi bien lié au feu, à la terre, à l'eau qu'à la magie. «Notre nouvelle



Surprenantes mousses

C'est la boisson alcoolisée la plus consommée au monde. Pourtant, on est loin d'avoir tout dit sur la bière: voici quelques faits et chiffres – de Suisse et d'ailleurs – qui vous étonneront peut-être.

TEXTE CAROLE GRÖFLIN ILLUSTRATION MARKLONG

Les ombelles de la plante femelle du houblon sont les seules utilisées pour le brassage de la bière. Le houblon (*humulus lupulus*) était déjà connu au Moyen Âge pour ses **propriétés conservatrices**. Cette plante appartient à la famille des cannabacées, donc proche du cannabis.

*

Contrairement au vin, la bière doit être **stockée debout**. En effet, en cas de stockage à l'horizontale, le métal de la capsule peut provoquer une réaction chimique et entraîner une légère oxydation de la boisson. Sans compter que toutes les capsules ne sont pas entièrement étanches.

*

En 2018, les 1021 brasseries de Suisse ont produit au total **3 659 407 hectolitres** de bière. En comparaison, en 1990, 32 brasseries en brassaient 4 143 000 hectolitres. Car oui, nous buvons moins de bière aujourd'hui! La Chine est le premier producteur mondial, avec 460 000 000 hectolitres brassés en 2018.

*

En 2018, la consommation de bière en Suisse s'est élevée à 4 715 136 hectolitres, soit une **consommation moyenne** de 55 litres par personne. Depuis 23 ans, la République tchèque est le premier buveur de bière, avec une consommation d'environ 143 litres par personne. Les Seychelles, une destination de rêve pour

les inconditionnels de cette boisson, occupent la deuxième place avec une consommation d'environ 116 litres par personne. L'Allemagne obtient la quatrième place (104,7 litres), juste derrière l'Autriche (104,8 litres).

*

En Suisse, la consommation de bière par personne a légèrement progressé l'an dernier en raison d'une météo clémente. «Fait plus marquant encore, **les spécialités de bière se sont multipliées**. En Suisse, la tendance est à la découverte de nouvelles saveurs», explique Marcel Kreber, directeur de l'Association suisse des brasseries.

*

Binche, blonde, mousse, roteuse, bibine, binouze, pression, demi (à ne pas confondre avec un demi de vin blanc, quand vous commandez): **les expressions** pour désigner une bière ne manquent pas et varient selon les régions. Elle a même détourné un célèbre dicton: «Bière qui mousse n'amasse pas foule.» Avis aux amateurs!

*

Depuis 2007, la journée internationale de la bière a lieu chaque **premier vendredi du mois d'août**. Créée à l'initiative d'un Californien, la manifestation a vocation à réunir, ne serait-ce que par la pensée, tous les amateurs de bière du monde un

jour par an. La journée de la bière suisse a elle lieu le dernier vendredi du mois d'avril.

*

Pour un demi-litre de bière, il faut 150 litres d'eau. Il s'agit d'«eau virtuelle», autrement dit de la quantité d'eau nécessaire à la production de bière. La **culture de l'orge et du houblon** représente la part d'eau la plus importante. S'y ajoute encore l'eau utilisée pour le brassage.

*

La consommation mondiale de bière est estimée à 196 milliards de litres par an, soit plus de **6100 litres par seconde**.

*

Un mélange de **bière blonde et de limonade** est appelé «panaché» en Suisse, «Radler» en Allemagne et «Shandy» dans les pays anglophones.

*

Quand la bière est fraîchement tirée, la mousse peut déborder du verre. Aussitôt, le barman en élimine l'excédent au moyen d'un **coupe-mousse en plastique**. Voilà une pratique quelque peu abrupte des amateurs de bière néerlandais. Servie sans mousse, la bière perd de ses arômes. Pour servir une bière, on incline le verre à un angle de 45° et on verse régulièrement. Une fois la moitié du verre rempli, on peut le redresser.



Se rincer les cheveux à la bière est une astuce de grand-mère. L'orge et le houblon contiennent beaucoup de protéines, qui les embellissent.

Les cheveux aussi aiment la bière! Quand on les lave avec de la bière blonde, légèrement diluée, on favorise une chevelure resplendissante et volumineuse. En rinçant abondamment, l'odeur se dissipe vite.

*

Les sportifs seront bien avisés de consommer de la **bière sans alcool**, plus encore après un effort intense. Celle-ci contient des minéraux en grande quantité et concurrence ainsi les boissons isotoniques courantes.

*

En 2018, les brasseries suisses, plus de mille aujourd'hui, ont versé près de **115 millions de francs à la Confédération au titre de l'impôt sur la bière**. En 1990, elles n'étaient que 32 brasseries à s'acquitter de cet impôt. La bière sans alcool (maximum 0,5% du volume) et le vin en sont exemptés. La bière brassée par des privés est elle aussi exonérée d'impôt, pour autant qu'elle soit exclusivement réservée à la consommation personnelle.

*

Pour se donner du cœur à l'ouvrage, des amateurs de bière accomplissent leurs exercices de **yoga avec une bouteille**. Les membres du «Beer Fit Club» de New York postent, non sans fierté, des vidéos montrant les exercices pratiqués avec une bouteille. Avec une bière à portée de main, les figures ne sont pas forcément mieux exécutées mais l'ambiance est à coup sûr plus enjouée! ●



QUIZ SUR LA BIÈRE

Testez vos connaissances



Scannez le code QR avec votre smartphone ou rendez-vous sur notre site:

 www.cooperation.ch/quiz-biere



Spécial
Suisse

Mousses à la Une

Vous tenez aujourd'hui une édition dont la couverture et le portrait du brasseur qui s'y rapporte (pp. 22 et 23) s'adresse à votre région, tout comme les cinq pages régionalisées de chaque semaine (ici pp. 62 à 66).

Il aura fallu une bonne centaine de bouteilles, verres, sous-chopes, et deux jours à notre photographe pour réaliser ces Unes de *Coopération*, *Cooperazione* et *Coopzeitung*. Parce que ça mousse dans chacune de vos régions! CE



Les Unes des six régions romandes...

du Tessin...



...et des treize éditions de «Coopzeitung», en Suisse alémanique – A la bonne vôtre!

PUBLICITÉ

Marques en action chez Coop.

Du mardi 23 juillet au samedi 27 juillet 2019, dans la limite des stocks disponibles

18%

sur tous
les multipacks Toni's

21%

sur tous
les multipacks Toni's



p. ex. Toni's Frischkäse Nature, 2 x 125 g,
4.50 au lieu de 5.50



p. ex. Toni's Mozzarella, 3 x 150 g,
4.95 au lieu de 6.30

Tu vas l'adorer

«La bière locale est prisée»

Le monde de la bière est en pleine mutation. Rencontre avec Alain Gaillard, responsable vins et boissons Coop Suisse romande.

TEXTE SOPHIE DÜRRENMATT PHOTO NICOLAS DE NEVE

Quel est le trend actuel de la bière régionale chez Coop en Romandie?

On observe des progressions de l'ordre de 10 à 20% par an. Et le succès des produits régionaux de type craft et IPA ne se dément pas.

L'année 2019 s'annonce, elle aussi, porteuse de progression?

Oui clairement pour les bières romandes. En revanche, on observe parallèlement une stagnation et même une légère baisse sur les standards lager nationaux et internationaux. Preuve en est que les brasseries artisanales séduisent certes de nouveaux consommateurs, mais en prennent aussi aux géants du secteur.

Quel est le trend de cette année?

Une importante progression dans toute la Suisse est remarquée sur les non alcoolisées, ainsi que sur les panachées. Nous avons donc augmenté le nombre de références en début d'année sur ces groupes pour répondre à la demande.

Y a-t-il des différences entre la Suisse romande et la Suisse alémanique sur le style de bières prisées chez Coop?

Oui clairement. En Suisse romande, 50% des ventes sont suisses, dont 60% issues de petites brasseries romandes.

En Suisse alémanique, 66% des bières vendues sont suisses et parmi elles 80% proviennent de grandes structures suisses. Les manières de consommer sont très différentes.

Comment s'organise-t-on pour faire entrer des petites brasseries dans le giron des produits en vente chez un grand distributeur comme Coop?

Au début, c'est toujours un peu compliqué d'un point de vue logistique, notamment pour différentes raisons techniques. Au total, actuellement, nous travaillons avec douze entreprises romandes. D'ailleurs, grâce à l'augmentation régulière des ventes depuis deux ou trois ans, la majorité d'entre elles consentent de gros efforts et parfois de gros investissements pour se mettre à jour avec leur outil de production, salle de stockage, nouvelles cuves, nouvelles chaînes d'embouteillage, etc. Certaines en sont à leur deuxième ou troisième déménagement afin d'assurer les surfaces dont elles ont besoin.

De nouvelles bières artisanales vont-elles rejoindre les rayons?

Nous avons régulièrement des demandes ponctuelles de nouvelles brasseries que nous analysons à chaque fois. Et nous tenons toujours un œil sur le marché.

En ce moment, je dirais que pour compléter et étoffer notre offre régionale, nous sommes par exemple à la recherche d'un produit sur le canton de Neuchâtel.

La clientèle est-elle demandeuse de nouveautés dans ce secteur?

Oui, car cette clientèle vient en partie du marché des vins. Elle aime découvrir des bières inconnues ou inédites. Nous avons par exemple mis en place des offres avec un stock limité ou plus axées sur la dégustation, en proposant des packs avec différentes bières régionales.

C'est un succès global non?

Bien sûr. Depuis un ou deux ans, les amateurs trouvent en ville des bars spécialisés avec la possibilité de tester tout un choix de bières. La presse, ainsi que les médias en ligne ou les réseaux sociaux reprennent régulièrement ce sujet. Et c'est tant mieux. Les brasseries elles-mêmes sont équipées avec une salle de dégustation et organisent aussi des soirées découvertes. Et depuis cette année, nous avons aussi mis en place un grand nombre de dégustations dans nos points de vente de Suisse romande avec la participation des brasseries. Tout ceci contribue à sa manière, à ce succès général. ●

«Chez Fooby à Lausanne, nous testons aussi des spécialités éphémères renouvelées chaque mois ou chaque saison.»

