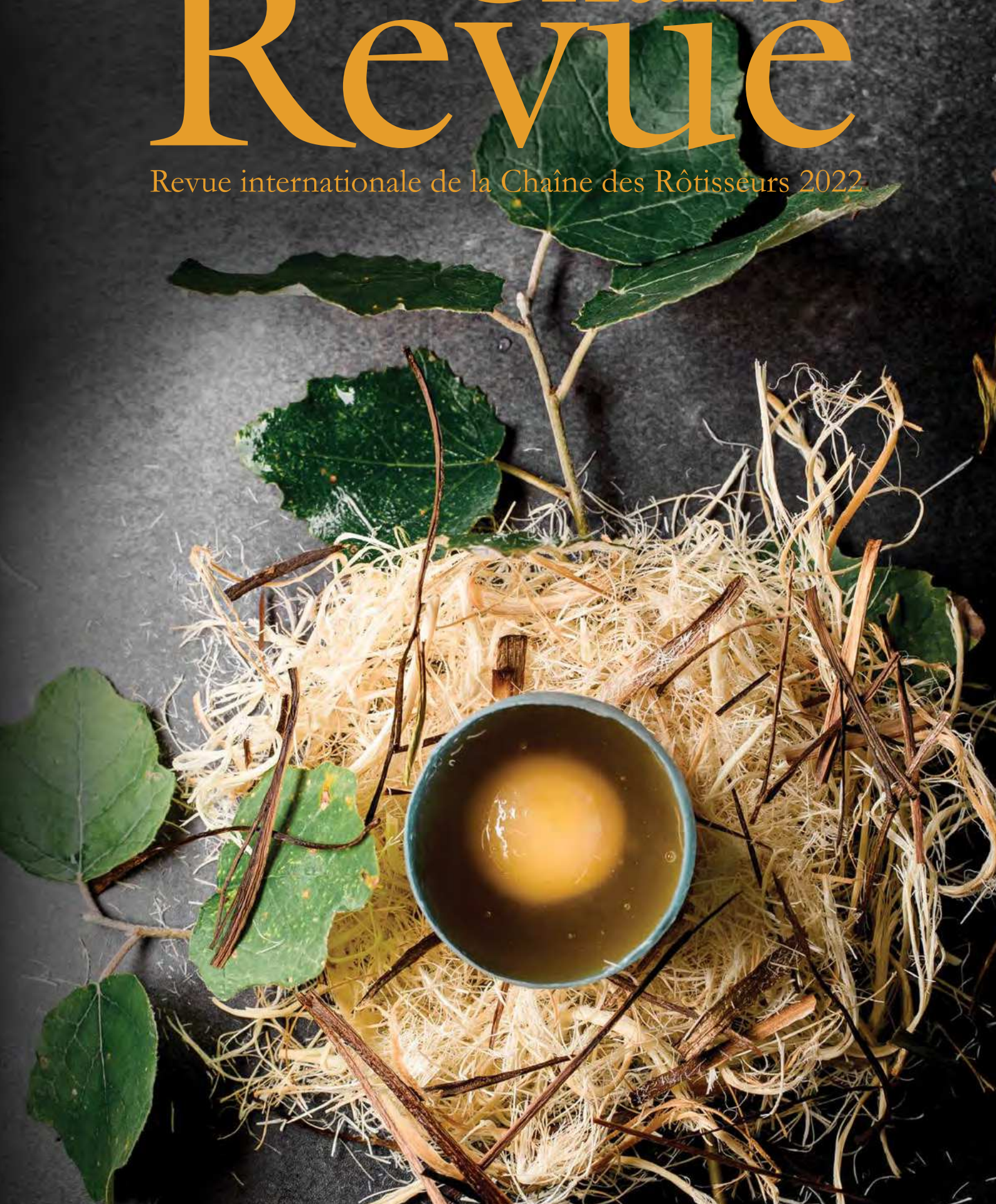


Chaîne Revue

Revue internationale de la Chaîne des Rôtisseurs 2022





LE CORDON BLEU®
PARIS

EDUCATIONAL INSTITUTE OF CULINARY ARTS
AND HOSPITALITY MANAGEMENT



Discover our Diplomas FOR ENTHUSIASTS AND
ENTREPRENEURS, OUR CONTINUING EDUCATION *Courses*
FOR PROFESSIONALS AND OUR *Workshops* FOR ALL.

Le Café
LE CORDON BLEU®

LE CORDON BLEU PARIS
13-15 Quai André Citroën, 75015 Paris
+33 (0)1 85 65 15 00 • paris@cordobleu.edu
cordobleu.edu/paris

Se regrouper et se reconstruire pour une croissance renouvelée

Si l'impact direct du COVID-19 est certainement derrière nous, il est clair à mes yeux que la Chaîne doit désormais faire abstraction des occasions perdues en raison des restrictions et se concentrer sur l'expansion de ses activités à travers le monde.

Le retour de nos événements internationaux cette année illustre la résilience des Bailliages et des membres qui y participent.

La résilience sera d'ailleurs l'un des mots d'ordre de la vie de notre Confrérie à l'avenir. Nous allons devoir nous concentrer sur certains domaines stratégiques : évaluer, voire surpasser, les niveaux précédents d'activités pour raviver l'intérêt des membres et ainsi restaurer les flux de revenus ; repenser l'organisation à la lumière des difficultés traversées ; et continuer à accélérer l'adoption de solutions numériques.

Je suis convaincu que nous devons accroître la vitesse et la productivité de nos activités médiatiques. Le numérique va jouer un rôle clé, et la Chaîne devra suivre le rythme en répondant aux attentes des membres. En conséquence, j'ai le plaisir d'annoncer que le développement d'une application de la Chaîne est en très bonne voie : une avancée importante pour l'avenir de la Confrérie !

La croissance de la Chaîne dans le monde post-pandémie commence par l'identification d'une nouvelle base de référence. La création d'un groupe de réflexion consacré aux avantages proposés aux membres et au soutien des Bailliages sera un facteur essentiel de succès. Nous devons renforcer la valeur de l'adhésion à la Chaîne en tirant parti de nos forces et en nous concentrant sur les domaines de croissance. Le développement de nouveaux Bailliages, régionaux ou nationaux, est l'un

des objectifs essentiels pour l'avenir de la Confrérie.

En parallèle, nous devons également encourager les membres existants et nouveaux à prendre des initiatives pour participer au plan de relève à l'échelle des Bailliages, ainsi qu'à l'échelle nationale voire internationale, dans l'objectif de pérenniser les valeurs de la Chaîne qui illustrent une marque si solide et respectée.

Les nouvelles opportunités permettront à la Chaîne d'attirer de jeunes membres professionnels qui, par leur dynamisme et leurs innovations, contribueront à nous placer à l'avant-garde dans tous les domaines de la gastronomie et de l'œnologie.

Yam Atallah
Président



Regrouping and rebuilding to grow again

Although COVID-19's direct impact might have passed, it is clear to me that the Chaîne must now move beyond the lost opportunities as a result of the restrictions and expand on our activities around the world with each passing day.

The return of our international events this year is evidence of the resilience of the Bailliages and the members who will be participating.

Resilience is a key word in the life of our Confrérie going forward. There are strategic areas on which we need to focus: renewing - even surpassing - previous levels of event activity to rekindle member interest, thus leading to revenue streams being restored; rethinking the organisation in the light of the challenges

that have been endured; and continuing to accelerate the adoption of digital solutions.

I believe that we need to increase the speed and productivity of our media output. Digital is going to play a defining role and the Chaîne must keep up to date by meeting member expectations. Accordingly, the most exciting news is that we are well under way with the development of a Chaîne app - a very significant step in the future of the Confrérie!

For the Chaîne to grow in the post-pandemic world starts with identifying a new baseline. The establishment of a Think Tank to focus on member benefits and Bailliage support will be a key to success. We need to reinforce the value of membership by building on our strengths

and concentrating on growth areas. New Bailliage development - National or local - being an essential objective for the future of the Confrérie.

Coupled with this new development it is important that we also encourage new and current members to step up to be part of succession planning at Bailliage, National and even International level to maintain the Chaîne's values which demonstrate such a strong and respected brand.

New opportunities will enable the Chaîne to attract young professional members who will keep our Confrérie fresh and innovative thus being at the cutting edge of all things food and wine.

Yam Atallah
President



RENATO MANZI



Michelin star chef Renato Manzi on the perfect knife

'When I hold my WÜSTHOF Performer Chef's Knife with Hexagon Power Grip handle, it reminds me of my most memorable goals as a striker. With exceptional control, I hit the sweet spot on the ball: spurred on by a perfect blend of finely honed technique and dynamic energy, it lands in the net. What an exhilarating feeling!'

Renato Manzi (Michelin-starred chef 2004/2005) is a true multi performer: successful chef, goal-happy centre forward and one of the four 'godparents' in the development of the Performer knife series – you can find the whole story online!

[WUSTHOF.COM/PERFORMER](https://www.wusthof.com/performer)



Index

3 Se regrouper et se reconstruire pour une croissance renouvelée / Regrouping and rebuilding to grow again Mot du Président

6 Chers confrères et amis / Fellow members, Dear friends Mot de la Rédactrice-en-Chef / The Managing Editor writes

8 - 11 Une affaire de famille / A family affair Kenya

12 - 15 Style retro-vintage à The MAINE / Retro-vintage appeal at The MAINE Émirats arabes unis / United Arab Emirates

16 - 19 Champignons gastronomiques / Gourmet mushrooms

20 - 23 Le chef du beurre / The butter chef Danemark / Denmark

24 - 27 L'art de la gastronomie / Food as an art form Thaïlande / Thailand

28 - 31 Christof Brinkmann Maître Rôtisseur Allemagne / Germany

32 - 35 Une marque vivante / A living brand Suède / Sweden

36 - 37 Pedro Acosta Berroa Conseiller Culinaire Costa Rica

38 - 41 Tendances dans le secteur de l'hôtellerie-restauration / Trends in the hospitality industry

42 - 43 Jules Julien, Chargé de Missions France

44 - 47 Plaisirs glacés / Chilled to perfection

48 - 49 Concours International / International Competition Jeunes Chefs Rôtisseurs 2022

50 - 53 Erich Ruppen Conseiller Culinaire Turquie / Turkey

54 - 55 Concours International / International Competition Jeunes Sommeliers 2022

56 - 59 Le vin dans le sang / In the blood États-Unis d'Amérique / USA

60 - 63 Recettes / Recipes Suisse / Switzerland Belgique / Belgium

64 - 65 4L Trophy : que l'aventure commence ! / 4L Trophy: the challenge begins Association Caritative de la Chaîne des Rôtisseurs (ACCR)

66 - 67 Une amélioration constante / Steadily improving Ordre Mondial des Gourmets Dégustateurs (OMGD)

68 - 71 Une collection emblématique / An iconic collection Grande-Bretagne / Great Britain

72 - 75 Une avenir vert / A green future

76 - 79 Visite culinaire au Pays du soleil levant / Culinary visit to the 'land of the rising sun' Japon / Japan

80 - 83 Les arômes unique d'Olivo / The unique flavours of Olivo Nouvelle-Zélande / New Zealand

84 - 87 Le paradis des gourmets / Food-lover's heaven Koweït / Kuwait

88 - 91 Rohan Karunarajah, (Rohan Karr) Maître Hôtelier Sri Lanka

92 - 95 Une cuisine princière / A Royal kitchen Principauté de Monaco / Principality of Monaco

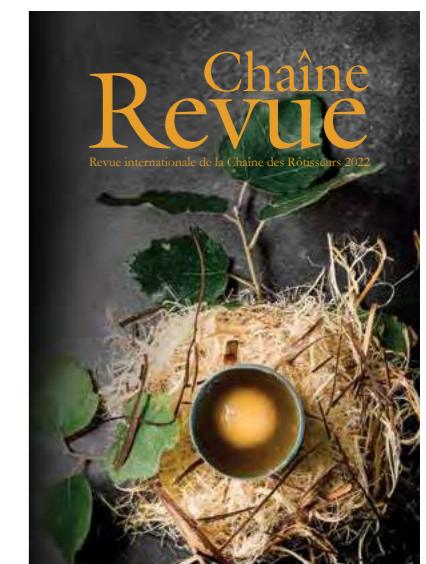
96 - 99 Le / The Ramada Resort by Wyndham, Dar Es Salaam Tanzanie / Tanzania

100 - 103 Le Moringa / The Drumstick Tree

104 - 107 Park Roche Resort & Wellness Corée du Sud / South Korea

108 - 111 Christina Suominen et le restaurant C / Christina Suominen and Restaurant C Finlande / Finland

112 - 113 Baillis Délégués



Revue internationale de la Chaîne Mentions légales / Statutory Information

Siège Mondial / International Headquarters Marie Jones - Rédactrice-en-chef / Managing Editor La Confrérie de la Chaîne des Rôtisseurs Siège Mondial, 111 rue de Longchamp, 75016 Paris, France Tel: +33 (0)1 42 81 30 12 Fax: +33 (0)1 40 16 81 85 Magazine e-mail: chaine-magazine@chaîne-des-rotisseurs.net Siège Mondial e-mail: chancellerie@chaîne-des-rotisseurs.net

Site internet / Web site: www.chainedesrotisseurs.com

Société d'édition / Publisher: Amanda Roberts, Mill Farmhouse Mill Street, Islip, OX5 2SX, Royaume-Uni / United Kingdom Amanda Roberts - Rédaction / Editor Stuart Hubbard, Concept Creatives - Conception / Designer Agnès Marceau Emch / Krystyna Lenik, Syntacta - Services de traduction / Translation services

Bien que le plus grand soin ait été apporté à la publication d'informations exactes, ni Amanda Roberts ni la Chaîne des Rôtisseurs ne peuvent être tenues responsables de toute erreur ou omission.

Whilst every effort has been made to achieve total accuracy, neither Amanda Roberts nor the Chaîne des Rôtisseurs can be held responsible for any errors or omissions.

© Chaîne des Rôtisseurs 2022

Chaîne des Rôtisseurs Magazine ISSN 2398-3086 (Print) Tirage / Issues printed: 23,000 ~ Prix / Price: 3 euro

Pour les membres de la Chaîne des Rôtisseurs, un abonnement d'un an à la Revue internationale de la Chaîne est inclus dans les frais d'adhésion annuels.

For Chaîne des Rôtisseurs members a one year subscription to the Revue internationale de la Chaîne is included in the annual membership.



COLLECTION,
Freiheit à la Roederer!

Chers confrères et amis,

Il nous est inhabituel de nos jours de publier un « Mot de la Rédactrice-en-chef », mais je saisis l'occasion de le faire cette année car je pense que notre magazine, la « Revue internationale de la Chaîne », se trouve à un tournant.

Mon équipe et moi-même produisons ce magazine imprimé depuis 2005, avec deux éditions par an jusqu'en 2011 et une édition annuelle depuis ; soit 25 numéros, incluant le présent ! Cependant, j'estime que l'heure du changement est arrivée. Alors que nous adoptons de nouvelles technologies, à l'instar de bien des aspects de notre vie ces derniers temps, certaines choses semblent révolues.

Lorsque le format actuel du magazine a été mis en œuvre en 2012, le site des Actualités en ligne de la Chaîne a également vu le jour. Celui-ci s'est tellement développé au fil des ans qu'il représente désormais un outil précieux pour les membres à travers le monde, qui peuvent ainsi suivre les actualités sur

les événements, sur les membres et sur nos concours.

De bien des façons, le site des Actualités en ligne de la Chaîne se substitue au magazine international dans sa forme actuelle. Et aujourd'hui, alors que le développement d'une application de la Chaîne est déjà fort avancé, ma perspective quant à l'avenir du magazine se trouve renforcée.

Il est facile de continuer à faire les choses de la même manière, mais de temps à autre, il est nécessaire d'adopter une approche plus radicale et de trouver de nouveaux moyens d'avancer, avec des perspectives nouvelles et originales visant à développer notre marque.

Nous entrons donc dans une nouvelle



ère de communication, et je me réjouis à la perspective du lancement de cette application, un complément précieux et nécessaire aux outils numériques déjà accessibles par nos membres.

Comme à l'accoutumée, j'invite les Bailliages autour du monde à continuer à m'informer de leurs activités, qui, pour beaucoup d'entre eux, augmentent de jour en jour. Nous appartenons à cette merveilleuse Confrérie ; nous pouvons à la fois être fiers de notre héritage et continuer à profiter du moment présent, mais nous devons aussi être prêts à accueillir l'avenir.

Marie Jones
Rédactrice-en-chef

Fellow members, Dear friends

It is unusual nowadays that I publish a 'Managing Editor's words' but I am taking the opportunity to do so this year as I believe we are at a point of change with our magazine, the 'Revue internationale de la Chaîne'.

My team and I have been producing the printed magazine since 2005, two editions per annum until 2011 and annually thereafter - that's 25 editions including this one! However, I feel that now is the time for change. As we embrace new technology, like many things in recent times very little stays the same.

Concurrent with the change in format of the magazine implemented in 2012, the Chaîne News Online website came into being. It has grown year-on-year so much so that it is now a valued tool keeping members around the world informed of event news, member features and our competitions.

In many ways the Chaîne News Online has replaced the need for the international magazine in its current form. Now, with the exciting news that the development of a Chaîne app is well under way, my views on the future of the magazine are reinforced.

It's easy to continue doing things in the same old manner, but once in a while we need to be radical to find new ways to get things done, resulting in fresh, innovative approaches and embracing the future to further our brand.

We are therefore entering a new stage of communication and I am very excited about the upcoming app, a

valuable - and necessary - addition to the media tools we have available to reach out to the membership.

As always, I encourage Bailliages around the world to continue to keep me posted on their activities which, for many, are increasing by the day. We belong to this wonderful Confrérie; not only can we be proud of our heritage and continue to talk up the present, but we should also be prepared to embrace the future.

Marie Jones
Managing Editor



Une affaire de famille

Le Maître Hôtelier Sebastian Severin Schulte représente la troisième génération de la famille Schulte à la tête du Severin Sea Lodge au Kenya.

Jeune enfant, Sebastian s'était rendu au Kenya et au Severin Sea Lodge de Bamburi Beach, que son grand-père avait acheté en 1968. Le Lodge a ouvert ses portes aux touristes en 1972 et, aujourd'hui, 50 ans plus tard, Sebastian s'est engagé sur la même voie que son grand-père et son père, façonnant l'entreprise pour pérenniser son succès.

« Ça fait quelque chose de savoir que mon grand-père et mon père, aujourd'hui décédés, ont travaillé en ces lieux », confie Sebastian. « Je veux honorer leur mémoire et, dans le même temps, continuer à développer l'entreprise pour qu'elle reste performante à l'avenir. À titre d'exemple, nous prévoyons d'ouvrir un musée et célébrerons les 50 ans du Severin Sea Lodge cette année. Je suis très fier de m'inscrire dans cette histoire ! »

Situé sur les rives de l'océan Indien, le Severin Sea Lodge est un établissement de 188 lits qui offre à ses clients un éventail de sports, divertissements et activités, notamment des excursions dans la Seba Farm, qui appartient à l'hôtel, et des safaris dans le Severin Safari Camp, pour des vacances inoubliables. Le restaurant primé Imani Dhow, qui fait partie des offres culinaires de l'hôtel, propose des créations gastronomiques qui répondent à tous les goûts. Enfin, Severin Travel Africa organise des séjours personnalisés dans l'est et le sud de l'Afrique.

Diplômé de l'institut supérieur du tourisme de Klessheim en Autriche, Sebastian a effectué plusieurs stages dans des hôtels quatre et cinq étoiles



pour améliorer ses connaissances et acquérir de l'expérience. Il a rejoint Severin Touristik en tant que stagiaire en gestion et a dirigé plusieurs projets, tels que la normalisation et l'optimisation de toutes les opérations du Severin Sea Lodge. Aujourd'hui directeur général, son rôle est axé sur la stratégie et la planification, dans le cadre duquel il maintient des communications étroites avec tous les responsables de service.

« Je suis heureux de travailler avec une équipe aussi engagée. Qui plus est, j'aime donner vie à de nouveaux concepts, à l'instar de notre excursion la plus récente, où les clients peuvent admirer le lever ou le coucher du soleil depuis Nosim Hill, à Tsavo West, en dégustant des fruits frais ainsi qu'une collation et des boissons chaudes préparées par le Severin. Il est toujours agréable de recevoir des commentaires positifs des clients sur ces nouveaux concepts. Organiser de grands événements, et y participer, comme

les dîners de la Chaîne, est toujours une source de moments privilégiés. »

Sebastian a pour objectif de s'assurer que le Severin Lodge s'adapte aux nouvelles tendances, tout en protégeant et préservant ses valeurs fondamentales. Le bien-être de son personnel est une priorité absolue.

Sebastian est également président d'une association à but non lucratif allemande, Skills for Kenya e.V, qui apporte un soutien à de jeunes Kenyans pour qu'ils puissent accéder à des études supérieures et se préparer à une carrière professionnelle.



Nous prévoyons d'ouvrir un musée et célébrerons les 50 ans du Severin Sea Lodge cette année

A family affair

Maître Hôte Sebastian Severin Schulte is the third-generation of the Schulte family to take the helm at the Severin Sea Lodge in Kenya.



As a young child, Sebastian visited Kenya and the Severin Sea Lodge at Bamburi Beach, which his grandfather had purchased in 1968. The lodge opened for visitors in 1972 and now, 50 years later, Sebastian is following in the footsteps of his grandfather and father, shaping the business for many more years of success.

"It is great to know that my late grandfather and father both worked in the same spot as I do now," Sebastian admits. "I want to keep their spirit alive while at the same time keep developing to ensure the company is competitive for the future. For example, we're planning a history museum and will celebrate our 50th anniversary of Severin Sea Lodge this year. I'm really proud to be a part of this!"

Located on the Indian Ocean, Severin Sea Lodge is a 188-bed hotel offering guests a wide range of sports, entertainment and activities, including excursions to the hotel's own Seba Farm and safari tours to the Severin Safari Camp for a truly unforgettable holiday experience. The award-winning Imani Dhow is one of the hotel's several



“ ”
We're planning a history museum and will celebrate our 50th anniversary of Severin Sea Lodge this year

restaurants, serving delicious culinary highlights to cater for all tastes. In addition, Severin Travel Africa organises tailor-made trips to Eastern and Southern Africa.

A graduate from the Higher School of Tourism in Klessheim, Austria, Sebastian undertook several internships at four- and five-star hotels to improve his knowledge and gain experience. He joined Severin Touristik as a management trainee and assumed responsibility for several projects, such as standardising and optimising all operations at the Severin Sea Lodge. As Managing Director, his role today revolves around strategy and planning, as part of which he maintains close communications with all heads of departments.

"I love to work with such a great team of dedicated people. Additionally, I really like to bring new ideas to life - like our latest excursion where guests can experience the fantastic sunrise



or sunset from Nosim Hill in Tsavo West, while enjoying fresh fruits, Severin-made snacks and coffee and tea. It is great to receive positive feedback from guests for new ideas like this. Hosting and being part of great events, like dinners for the Chaîne, are always special moments."

Sebastian's aim is to ensure the Severin business keeps up with

the times while simultaneously protecting and retaining its core values - which means caring for its staff is a high priority.

Sebastian is also the Chairman of the German not-for-profit association, Skills for Kenya e.V, which supports young Kenyans to give them better access to higher education that will prepare them for a professional career.



Au menu, une vaste sélection allant des crustacés aux escargots, en passant par de belles pièces de bœuf affinées à la perfection

Style rétro-vintage à The MAINE

Depuis ses débuts discrets sur un quai de chargement en bordure du littoral de Dubaï, The MAINE est devenu une institution de la ville, avec trois sites et un food-truck à tacos mobile pour la restauration événementielle.

Créé en 2014 par Joey Ghazal, gastro-entrepreneur de Montréal, et appartenant en partie au Bailli Délégué Ian Fairservice, The MAINE propose une tranche de nostalgie culinaire inspirée par les tavernes américaines hautes en couleur du tournant du XXe siècle. La décoration et le mode de vie que l'établissement cherche à reproduire ont été fortement influencés par le littoral de la côte Est : Martha's Vineyard et les États du Massachusetts, du New Hampshire, du Vermont et du Maine.

Les menus de The MAINE, supervisés par le Chef de cuisine du groupe, Saradhi Dakara, Maître Rôtisseur, offrent une abondance de recettes typiques de la Nouvelle-Angleterre, à l'image de la chaudière de palourdes, du sandwich au homard et des huîtres à la Rockefeller, complétées par des classiques de brasserie, tels que le steak tartare, le steak frites, la sole meunière ou les moules marinières. The MAINE propose la sélection d'huîtres la plus vaste de la ville, avec plus de 12 variétés allant des huîtres plates européennes aux espèces de l'Atlantique et du Pacifique.

Niché dans un garage d'hôtel avec un accès via une entrée cachée

dans une aire de chargement, The MAINE Oyster Bar & Grill est une brasserie de bord de mer, dont le point focal est le bar à fruits de mer, avec homards vivants, crustacés à foison, poisson cru et huîtres. Le menu conjugue des créations à base de poisson et de fruits de mer avec les grands favoris des familles, tels que les steaks et les ragoûts.

Située dans la baie commerciale, The MAINE Land Brasserie allie les traditions des restaurants-grills traditionnels et des bars clandestins de l'époque de la Prohibition avec une touche de modernité et un gril au charbon qui domine la salle. Au menu, une vaste sélection allant des crustacés aux escargots, en passant par de belles pièces de bœuf affinées à la perfection.

The MAINE Street Eatery est un restaurant de quartier avec une terrasse en bord de piscine et une aire de jeux pour les enfants. Le menu propose un grand nombre de spécialités prisées de The MAINE, ainsi que des nouveautés qui répondent aux attentes des clients locaux, telles que des salades, des sandwiches originaux, des pizzas et des desserts.

Une vieille camionnette Citroën reconvertie abrite désormais le food-truck de The MAINE, qui

propose une variété de tacos, dont le célèbre MAINE Crispy Fish Taco : cabillaud pané chaud et croustillant, salade fraîche de chou blanc craquant à la mayonnaise, du pico de gallo épicé et un filet de citron vert.

Le bar de The MAINE est le point de ralliement du quartier et propose une vaste sélection de gins, de whiskies single malt premium, de téquilas et de rhums. La carte spéciale des gins propose aux clients plus d'une douzaine de gins artisanaux rares du monde entier, présentés sur un chariot garni d'herbes aromatiques fraîches, de bitters artisanaux et de fruits.

Le premier établissement à l'étranger de The MAINE a ouvert ses portes à Londres dans le quartier de Mayfair, en novembre 2021.

Le Dubai Oyster Project

Cette initiative innovante, lancée par The MAINE, permet de réutiliser les coquilles d'huîtres vides pour créer des récifs artificiels dans le cadre du premier projet communautaire national de restauration des récifs. L'initiative vise à réhabiliter le système de récifs naturels de Dubaï, à promouvoir la biodiversité marine et à créer un habitat naturel pour la tortue à écailles, une espèce menacée.



On the menu, expect to see anything from shellfish to snails and bespoke steak cuts that are aged to perfection

Retro-vintage appeal at The MAINE

From inauspicious roots in a loading dock at the far edge of Dubai's coastline, The MAINE has become a Dubai institution, with three venues and a mobile Taco Truck catering events.



Established in 2014 by Montreal Gastropreneur, Joey Ghazal, and part-owned by Bailli Délégué Ian Fairservice, The MAINE serves up a slice of culinary nostalgia inspired by the boisterous American taverns from the turn of the 19th/20th century. The aspirational lifestyle and design is heavily influenced by the shores of the East Coast - Martha's Vineyard, Massachusetts, New Hampshire, Vermont and Maine.

The MAINE's menus, overseen by Group Executive Chef Saradhi Dakara, Maître Rôtisseur, are packed with crowd-pleasing New England classics like Clam Chowder, Lobster Roll and Oyster Rockefeller alongside brasserie favourites such as Steak Tartare, Steak Frites, Sole Meunier and Moules Mariniere. The MAINE boasts the largest selection of Oysters in the city with over 12 varieties, ranging from European Flats to Atlantic and Pacific Oysters.

Tucked away in a hotel garage and accessed through a concealed entrance in the loading bay, The MAINE Oyster Bar & Grill is a seaside brasserie, the focal point of which is the raw bar with live lobsters, seafood towers, crudo and oysters. The menu combines fresh fish and seafood with family favourites, such as steaks and hotpots.

Located in Business Bay, The MAINE Land Brasserie blends the traditions of the old-world steakhouse and the speakeasy with a topping of contemporary gloss and a charcoal grill that dominates the room. On the menu, expect to see anything from shellfish to snails and bespoke steak cuts that are aged to perfection.

The MAINE Street Eatery is a

neighbourhood restaurant with a poolside terrace and play area for young children. The menu boasts many of the MAINE's greatest crowd-pleasers, along with some new dishes that have been tailored to the neighbourhood, such as salads, artisan sandwiches, pizzas and puddings.

An old Citroen converted into The MAINE's Taco Truck serves a variety of tacos, including the famous The MAINE Crispy Fish Taco - hot and crispy battered cod, cool crunchy cabbage slaw, a rich drizzle of mayo, spicy pico de gallo and a squirt of lime.

The bar at The MAINE is a neighbourhood hotspot with an extensive selection of speciality gins, premium single malts, tequilas

and rums. The curated gin menu offers guests a choice of over 12 rare craft gins from all over the world, presented on the Gin Trolley, which is beautifully merchandised with fresh herbs, artisan bitters and fruits.

The first international outpost of The MAINE opened in Mayfair, London in November 2021.

The Dubai Oyster Project
This pioneering initiative, launched by The MAINE, takes its discarded oyster shells and creates artificial reefs in the country's first ever community-driven reef restoration project. It's an initiative that aims to rehabilitate Dubai's natural reef system, promote marine biodiversity and create a natural habitat for the endangered Hawksbill Turtle.



Champignons gastronomiques

Utilisés en médecine depuis des siècles, riches en vitamine D et une alternative appréciée aux protéines animales, les champignons sont une espèce à part. La *Revue* porte un regard sur certaines des variétés les plus fascinantes au monde.

Personne ne sait exactement combien d'espèces de champignons existent dans le monde, mais beaucoup s'accordent à dire que ce chiffre est supérieur à 10 000. Les sept champignons les plus remarquables sont le shiitake, le pleurote, l'hydne hérisson, la morille, le cèpe, le matsutake et la chanterelle.

Le shiitake (*Lentinula edodes*) et le pleurote (*Pleurotus ostreatus*)

sont tous deux des champignons saprotrophiques, qui poussent sur le bois mort d'arbres caducs. Le chêne et le hêtre sont l'habitat préféré de ces deux variétés. D'ailleurs, le shiitake est également appelé le « lentin du chêne », tandis qu'une des espèces de pleurote porte le surnom de « pleurote du chêne ».

Le shiitake est principalement associé aux cuisines de Chine et du Japon, et il prospère dans les climats doux et humides de l'Asie du

Sud-Est, bien qu'aujourd'hui cette variété soit cultivée aux quatre coins du monde.

Le pleurote se nourrit de nématodes, petits verts ronds qui vivent dans le bois de l'arbre. Les variétés de pleurotes les plus courantes comprennent le pleurote pulmonaire, le pleurote en huître, le pleurote jaune, le pleurote rose et le pleurote de l'érable. La saveur des pleurotes, fort différente des autres champignons, ne contient aucune

note terreuse, offrant, au contraire, une douceur presque sucrée. Les pleurotes sont considérés comme un mets de choix dans les cuisines japonaise, coréenne et chinoise, et sont populaires dans la nouvelle cuisine tchèque comme slovaque.

L'hydne hérisson (*Hericium erinaceus*) préfère les bûches de bois mort ou déperissant, mais ce champignon pousse aussi sur le bois vivant et peut donc être considéré comme parasite. L'hydne hérisson appartient au groupe des hydnes, terme utilisé pour désigner ces champignons qui ne comportent pas de lames mais des picots ou aiguillons sur l'envers de leur chapeau. Originaire d'Amérique du Nord, d'Europe et d'Asie, l'hydne hérisson cuit offre des saveurs et une texture que certains disent comparables à celles du crabe ou du homard.

Les quatre champignons vedettes restants sont tous mycorrhiziens. Ils poussent sur le tapis forestier et jouissent d'une relation symbiotique avec les racines des arbres, même si les morilles (*Morchella*) peuvent aussi être saprotrophiques. Les vraies morilles sont un type de champignons ascomycètes comestibles. Elles ont une apparence caractéristique avec un chapeau en forme de cône et des alvéoles qui ressemblent à des rayons de miel. Elles sont difficiles à cultiver à grande échelle ; par conséquent, la collecte de morilles sauvages est devenue une entreprise lucrative. Par leurs saveurs de terre et de noix, et leur texture charnue, les morilles sont plébiscitées par les gastronomes, en particulier dans la cuisine française. Connu sous le nom de cèpe de Bordeaux (*Boletus edulis*), le cèpe est disponible frais ou séché. Ces



champignons poussent facilement dans les zones boisées tempérées de l'hémisphère nord, composées d'arbres caducs ou de conifères, notamment en Europe, en Asie et en Amérique du Nord. Les cèpes sont prisés en raison de leurs saveurs terreuses et charnues, et ils ajoutent de l'intensité aux plats italiens à base de pâtes et de riz, tels que les risottos, ainsi qu'aux soupes et aux sauces.

Le matsutake (*Tricholoma naseosum*), produit automnal raffiné très prisé, vénéré par les fins gastronomes du Japon, est le champignon le plus cher au monde. Il doit sa popularité à son parfum aromatique épicé, mais cette caractéristique en fait un ingrédient peu apprécié dans d'autres cuisines. Après tout, le nom scientifique du matsutake signifie « champignon nauséabond » et il est souvent décrit en Europe comme ayant une odeur de vieilles chaussettes. Le matsutake pousse en Extrême-Orient et dans l'Asie du Sud-Est (au Boutan et au Laos), dans certaines régions d'Europe et le long de la côte pacifique d'Amérique du Nord.

La chanterelle (*Cantharellus*

cibarius), variété préférée des ramasseurs de champignons, ne peut être cultivée à grande échelle et son prix peut donc être très élevé. Avec leur couleur jaune-orange vive distinctive, les chanterelles poussent entre l'été et la fin de l'automne dans toute l'Europe, en Asie, en Amérique latine et en Amérique du Nord, ainsi qu'en Afrique. La chanterelle doit son statut gastronomique à ses saveurs délicates et à sa texture succulente. En raison de sa popularité dans la cuisine française du XVIIIe siècle, elle est devenue un symbole de richesse. Mais avis aux ramasseurs, les chanterelles ne doivent pas être confondues avec les « fausses chanterelles » ou le « faux clytocybe lumineux », tous deux des champignons vénéneux.

“ ”

La saveur des pleurotes, fort différente des autres champignons, ne contient aucune note terreuse, offrant, au contraire, une douceur presque sucrée





The flavour of oyster mushrooms is quite unlike some of its contemporaries, in that it lacks earthiness and is instead mild and almost sweet

Gourmet mushrooms

Used in medicine for centuries, loaded with vitamin D and a popular alternative protein to meat and fish, the *Revue* takes a look at some of the world's most fabulous fungi.



It isn't known exactly how many species of mushrooms there are in the world, but it is widely agreed that the figure is in excess of 10,000. Our sensational seven of the mushroom world are Shiitake, Oyster, Lion's Mane, Morels, Porcini, Matsutake and Chanterelle.

Shiitake (*Lentinula edodes*) and Oyster (*Pleurotus ostreatus*) are both saprotrophic mushrooms, growing on non-living hardwood, deciduous trees. Oak and beech are a favourite for both varieties. Indeed, shiitake has many alternative names that reflect this - sawtooth oak mushroom, black forest mushroom, golden oak mushroom and oakwood mushroom.

Shiitake is most associated with the cuisines of China and Japan and it thrives in the warm and moist climates of South East Asia, although today these mushrooms are grown around the world. The oyster mushroom feeds on a small species of worm - nematode



- that lives in the wood of the tree. Some of the more common species include the Indian oyster, tree oyster, golden oyster, pink oyster, and the abalone mushroom. The flavour of oyster mushrooms is quite unlike some of its contemporaries, in that it lacks earthiness and is instead mild and almost sweet. It is a delicacy in Japanese, Korean and Chinese cuisine, and also popular in contemporary Czech and Slovak cuisine.

Lion's Mane (*Hericium erinaceus*) favours dead logs or dying wood, but it will also grow on living wood, so could be considered parasitic. Lion's Mane belongs to the tooth fungus group, so-called for its tendency to grow a single clump of long, tooth-like spines. Native to North America, Europe and Asia, the cooked taste and texture of Lion's Mane is said to be comparable to crab or lobster.

Our remaining four star mushrooms are mycorrhizal. They grow on the forest floor and enjoy a symbiotic relationship with the tree roots, although Morels (*Morchella*) can

also be saprotrophic. True morels are a genus of edible sac fungi. They have a distinctive, honeycomb appearance due to the network of ridges with pits composing their caps. Difficult to cultivate commercially, harvesting wild morels has become a lucrative business. With their earthy, nutty flavour and meaty texture, morels are prized by gourmet cooks, particularly in French cuisine.

Known as cep, Steinpilz, or penny bun, porcini (*Boletus edulis*) can be found fresh or dried. They grow readily in the temperate woodlands - deciduous and coniferous - of the northern hemisphere and can be found across Europe, Asia and North America. Porcini are prized for their earthy, meaty flavour and used to add intensity to Italian pasta and rice dishes, soups, sauces, and savoury specialities like risotto.

Matsutake (*Tricholoma naseosum*), a highly-prized autumnal delicacy revered by fine-diners in Japan, is the world's most expensive mushroom. It owes its fame to

its spicy-aromatic odour, but this feature also makes this mushroom unpopular in other cuisines. After all, the scientific name of matsutake means 'smelly mushroom', which in Europe is described further as the 'sock odour'. Matsutake grow in East and Southeast Asia (Bhutan and Laos), parts of Europe, and along the Pacific coasts of North America.

Chanterelle (*Cantharellus cibarius*), also known as the forager's favourite, cannot be farmed commercially and can be very expensive. Distinctive with their bright yellow/orange colouring, chanterelles are found between summer and late autumn and grow across Europe, Asia, Central and North America as well as Africa. The chanterelle owes its gourmet status to its delicate flavour and succulent texture. The popularity of chanterelles in 18th century French cuisine led to them becoming a symbol of wealth. Foragers beware, though, chanterelles should not be confused with the 'false chanterelle' or the 'jack-o'-lantern', both of which are poisonous.



Le chef du beurre

Casper Sobczyk, Officier Maître Rôtisseur, décrit la découverte de son plat signature, le Smørbøffen, ou « bœuf au beurre », comme une coïncidence. Cette invention est depuis devenue virale sur les réseaux sociaux et célèbre dans le monde entier.

Né en Nouvelle-Zélande, Casper a grandi sur l'île danoise de Bornholm. Il savait qu'il se destinait à une carrière de chef dès son premier emploi en cuisine, à l'âge de 12 ans seulement. Il s'est formé à l'hôtel Siemens Gaard de Bornholm et a occupé les fonctions de Chef de cuisine dans des restaurants prestigieux aux quatre coins du Danemark. En outre, il est fier d'avoir représenté son pays en tant que membre de l'équipe nationale culinaire danoise et de figurer parmi l'élite des chefs.

C'est alors qu'il travaillait en tant que Chef de cuisine au Marienlyst Strandhotel à Helsingør qu'une expérience visant à conserver une pièce de bœuf a abouti à l'invention du bœuf au beurre. Se demandant quel serait l'effet de remplacer par du beurre la graisse de bœuf utilisée comme méthode traditionnelle de conservation, Casper a plongé une pièce de bœuf dans plusieurs kilogrammes de beurre et l'a réfrigérée. Un mois plus tard, un membre de son équipe est venu lui rappeler que la viande l'attendait toujours. Selon Casper, le goût est « sensationnel », et cette préparation est depuis devenue sa marque de fabrique.

Le processus a été perfectionné, et Casper laisse désormais vieillir de magnifiques entrecôtes dans plusieurs kilos de beurre pendant



une durée allant jusqu'à 60 jours. « Une nouvelle culture a vu le jour, et j'en suis très fier », confie-t-il.

Aujourd'hui, Casper est Chef de cuisine de son restaurant, Capa, situé au sein du Scandic Palace Hotel sur la place Rådhuspladsen de Copenhague. Le bœuf au beurre est l'une des stars du menu, mais Capa propose également des saveurs internationales, avec un accent sur les ingrédients de qualité et la viande primée. En novembre 2021,

il a ouvert un nouveau restaurant, Rådhuspladsen57, également au Scandic Palace Hotel, avec un menu qui rend hommage aux classiques de la cuisine danoise, notamment les « sandwichs ouverts », tous confectionnés avec sa touche personnelle.

Casper apparaît aussi régulièrement dans l'émission télévisée matinale danoise « Go 'Morgen Danmark ».



Casper laisse désormais vieillir de magnifiques entrecôtes dans plusieurs kilos de beurre pendant une durée allant jusqu'à 60 jours



Caspar leaves a beautiful ribeye joint to mature in several kilos of butter for up to 60 days

The butter chef

Casper Sobczyk, Officier Maître Rôtisseur, describes the discovery of his signature dish, Smørbøffen or 'Butter Beef', as a coincidence, which went viral on social media and has become world-famous.



Born in New Zealand, Casper grew up on the Danish island of Bornholm. He knew he was destined for a career as a chef after his first job in the kitchen, aged just 12. He trained at Hotel Siemsens Gaard on Bornholm and has held Head Chef positions at prestigious restaurants across Denmark, and as a member of the Danish chefs' national team is proud to have represented his country and be rated among the chef elite.

It was during his time as Head Chef at Marienlyst Strandhotel in Helsingør that an experiment with the preservation of a joint of beef led to the invention of butter beef. Wondering what would be the effect of substituting beef fat in the traditional method of preserving meat for butter, Casper submerged a joint of beef in several kilos of butter and refrigerated it. He then forgot all about it until a member of his team reminded him one month later. Caspar describes the taste as "absolutely amazing," and it's been his trademark ever since.

The process perfected, Caspar leaves a beautiful ribeye joint to mature in several kilos of butter for up to 60 days. "A new culture has been created and I am so proud of that," he said.



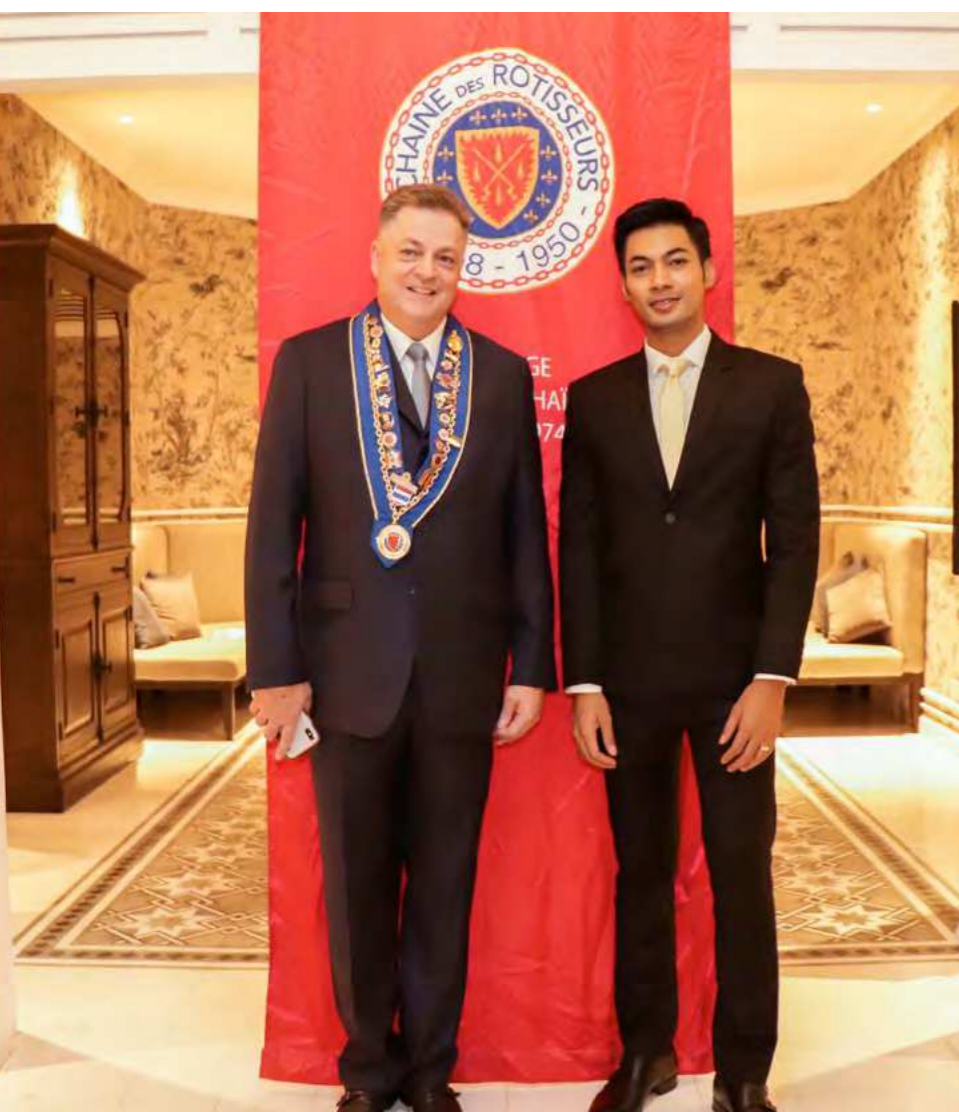
Today, Casper is Head Chef at his restaurant Capa, located in the Scandic Palace Hotel by Rådhuspladsen in Copenhagen. Butter beef is one highlight of the menu, but Capa also offers flavours from around the world, with a focus on good ingredients and award-winning meat. In November 2021, he opened a new restaurant, Rådhuspladsen57, also in the Scandic Palace Hotel, which presents a menu that pays tribute to Danish food classics, including open sandwiches, all created with Casper's personal style.

Casper is also a regular chef on the Danish breakfast TV show, Go 'Morgen Danmark.



L'art de la gastronomie

Après une carrière dans certains des meilleurs hôtels du monde, Linus A E Knobel, Chargé de Missions Honoraire, a transposé sa passion pour la gastronomie au secteur de la restauration aérienne, en tant que directeur général de Bangkok Air Catering (BAC).



Mon cœur déborde de passion pour la cuisine, déclare Linus. « Pour moi, c'est beaucoup, beaucoup plus qu'une profession ou un métier. Et je ne pourrais jamais considérer cela comme un simple passe-temps. Quelle que soit l'occasion, ce n'est rien de moins qu'une forme d'art. »

Son attachement aux arts culinaires dure depuis plus de quarante ans, commençant dans sa Suisse natale par un apprentissage de trois ans en cuisine et en pâtisserie. Par la suite, Linus a étudié dans une école hôtelière et a travaillé dans de nombreux hôtels cinq étoiles en Europe, dont le Badrutt's Palace Hotel à Saint-Moritz. En 1985, il est parti pour l'Asie où il a rejoint le groupe Peninsula à Hong Kong.

Aujourd'hui, les activités de Linus se concentrent sur la Thaïlande. Il a rejoint BAC en 2004 pour une période intensive de planification, de préparation

et de formation interne avant que l'entreprise ne devienne pleinement opérationnelle en 2006. BAC a connu une croissance constante depuis lors et œuvre pour maintenir sa place en tant que société leader indépendante de restauration aérienne.

Avant la pandémie, BAC fournissait chaque jour plus de 35 000 repas aux plus grandes compagnies aériennes du monde, ainsi qu'à des jets privés. Depuis la fin du mois de mars 2020, BAC a enregistré une baisse de 95 % de son activité, mais Linus est convaincu que la situation va bientôt s'améliorer et il a choisi de considérer cette période difficile comme un nouveau départ. Se diversifier est essentiel, dit-il, et c'est un processus que BAC a entamé en avril 2020.

Avant même que la pandémie ne frappe, Linus avait mis en œuvre un programme qu'il avait baptisé « diversification intelligente ». Ainsi, il a créé Gourmet House Culinary Care, un fournisseur de services de restauration haut de gamme pour les cliniques privées, et Gourmet

Primo, un fabricant de solutions de repas sur mesure, notamment de plats cuisinés, réfrigérés et surgelés, destinés aux marchés nationaux et internationaux. Parallèlement, Gourmet House est un groupe de restaurants proposant de la gastronomie libanaise, indienne, française et thaïlandaise en Thaïlande, ainsi que des services de restauration événementielle et en extérieur.

Pendant la pandémie, les services ont été renforcés dans ces entreprises afin de se concentrer sur le secteur non aérien, de promouvoir les ventes directes aux consommateurs, de développer les marchés d'exportation avec des gammes spécialisées, telles que les plats thaïlandais certifiés halal, et de lancer plusieurs nouveaux concepts sur le marché thaïlandais. Ceux-ci comprennent : les points de vente Gourmet Food To Go dans les magasins de proximité, les centres commerciaux et les lieux de transport ; eatfit de Gourmet Primo, un concept d'alimentation saine axé sur la nutrition ; et skydeli de Gourmet Primo, des menus de style

avion dans les lieux de transport, offrant des plats pratiques et caractéristiques de lieux que les consommateurs n'ont pas pu visiter.

Linus a rejoint la Chaîne en 2012 en tant que Maître Rôtisseur et a été promu Officier Maître Rôtisseur en 2015 avant d'accepter le rôle de Chargé de Missions auprès du Bailliage National en 2018. Il se dit fier d'être membre de la société de gastronomie et de vin la plus ancienne, la plus grande et la plus prestigieuse du monde, ce qui lui permet de rencontrer des personnes partageant un intérêt commun pour la gastronomie et l'esprit de camaraderie et de participer à des événements et à des activités dans le monde entier.



Avant la pandémie, BAC fournissait chaque jour plus de 35 000 repas aux plus grandes compagnies aériennes du monde, ainsi qu'à des jets privés



Before the pandemic, BAC was providing over 35,000 in-flight meals every day to the world's largest airlines as well as private jets

Food as an art form

Linus A E Knobel, Chargé de Missions Honoraire, took his passion for food from some of the world's best hotels into the airline catering business as Managing Director of Bangkok Air Catering (BAC).



My heart is full of passion for the preparation and cooking of food, Linus declares. "I see it as much, much more than a profession or a trade. And it could never be a mere hobby for me. Whatever the occasion, it is nothing less than an art form."

His commitment to culinary art has spanned more than four decades, beginning in his native Switzerland with a three-year apprenticeship in cooking and pastry. Linus went on to study at Hotel Management School and worked at many five-star hotels in Europe, including Badrutt's Palace Hotel in St Moritz before moving to Asia in 1985 where he joined The Peninsula Group in Hong Kong.

Today, Linus's activities are focused in Thailand. He joined BAC in 2004 for an intensive period of planning, preparation and in-house training before the business became fully operational in 2006. BAC has grown steadily since then and is committed to maintaining its place as a leading independent in-flight catering company.

Before the pandemic, BAC was providing over 35,000 in-flight meals every day to the world's largest airlines as well as private jets. Since the end of March 2020, BAC has seen a 95% decline in its business, but Linus is confident the situation will improve soon and chooses to view this challenging time as a new beginning. Diversification, he says, is key, and is a process that BAC began in April 2020.

Even before the pandemic struck, Linus had pursued a programme that he has dubbed "smart diversifying." This saw him establish Gourmet House Culinary Care, a provider of premium catering services for private hospitals, and Gourmet Primo, a manufacturer of customised meal solutions including pre-prepared cook-chill and frozen meals for the domestic and export markets. Meanwhile, Gourmet House is a group of restaurants offering diners fine Lebanese, Indian, French and Thai cuisine in Thailand, as well as event and outside catering services.

During the pandemic, services have been stepped up in these businesses to focus on the non-airline sector, promote direct to consumer sales, open up export markets with specialist ranges, such as Halal-accredited Thai meals and launch several new concepts for the Thai market. These include: Gourmet Food To Go outlets in convenience stores, commercial centres and travel sites; eatfit by Gourmet Primo, a healthy food concept with a focus on nutrition; and skydeli by Gourmet Primo, in-flight-style menus at travel stations offering convenience and signature dishes from places that consumers have been unable to visit.

Linus joined the Chaîne in 2012 as a Maître Rôtisseur and was promoted to Officier Maître Rôtisseur in 2015 before taking the National Bailliage role of Chargé de Missions in 2018. He says he is proud to be a member of the world's oldest, largest and

most prestigious food and wine society, which enables him to meet people who share a common interest in fine dining and good friendship and participate in events and activities around the world.





Christof Brinkmann

Maître Rôtisseur

Christof Brinkmann est aux commandes du restaurant edo, à Dangast, dans la Frise (Allemagne), depuis septembre 2018. Ce chef hanséatique de 29 ans veut se distinguer dans le monde culinaire avec sa cuisine régionale et asiatique.

Depuis le tendre âge de 12 ans, Christof Brinkmann saisit pratiquement toutes les occasions de se mettre aux fourneaux. Il confie que la gastronomie est : « Mon travail et ma passion. Je m'entoure d'aliments, et je mange, je bois et je cuisine toute la journée ».

Au restaurant edo, les gastronomes peuvent découvrir comment Christof met en pratique sa passion pour la cuisine. Il admet ne pas avoir de modèles, puisant son inspiration culinaire dans des sources multiples : réseaux sociaux, télévision, livres de cuisine, restaurants et autres chefs en Allemagne et à l'étranger. Il travaille sur de nouvelles recettes avec un immense enthousiasme, en restant fidèle à ses valeurs.

Son restaurant, qui peut accueillir 50 convives, se trouve à l'intérieur d'une maison au toit de chaume centenaire, entièrement rénovée avant l'ouverture de l'établissement. Le nom « edo », qui est également le nom de la rue, est un hommage à l'ancien chef frison Edo Wiemken ainsi qu'à l'époque d'Edo japonaise.

Lors de la rénovation complète du bâtiment, la cuisine a été ouverte pour être intégrée à la salle de restaurant. Les clients peuvent ainsi

voir la brigade à l'œuvre, avec six sièges placés au « bar-cuisine » qui offre une vue dégagée sur les coulisses.

Christof décrit les mets créés devant les convives comme : « une cuisine régionale avec un concept mondial ». L'élément régional est apporté par des produits de saison de qualité, tandis que le concept mondial est inspiré par sa passion pour les épices, les sauces et les herbes aromatiques asiatiques, hommage à une étape importante de son développement professionnel. Christof s'est formé en tant que chef au Havenhaus de Bremen-Vegesack entre 2011 et 2013. Après un an passé au restaurant Schröter's Leib & Seele de Brême, il a rejoint le Chilli Club, dans la même ville. Le fait qu'il n'aimait que le poisson cru a été un point positif pour travailler dans cette brasserie asiatique. En poste au bar à sushi, Christof divertissait les convives en préparant les mets sous leurs yeux, avec un tel succès qu'il a été promu Chef de cuisine à peine un an plus tard. Cette expérience, notamment la gestion d'une grande brigade de cuisine ainsi que l'acquisition de compétences commerciales et organisationnelles, lui a fourni une base solide lorsqu'il a franchi le pas et ouvert son propre restaurant.



Christof a tout d'abord pris la direction du Gröningshof, à quelques encablures de son site actuel à Dangast. Néanmoins, la clientèle du restaurant privilégiait une cuisine classique traditionnelle qui, au fil du temps, a cessé de lui correspondre. L'un de ses clients réguliers, un gastronome impressionné par ses talents, lui a proposé de créer un partenariat. Ainsi est né le projet edo. C'était un « coup de chance », admet Christof, mais il pense qu'une dose de chance est nécessaire pour réussir dans le milieu de la gastronomie, avec, plus important encore, le souhait et la volonté de faire une différence dans le monde culinaire professionnel. Et c'est précisément ce que Christof Brinkmann s'est engagé à faire.



Lors de la rénovation complète du bâtiment, la cuisine a été ouverte pour être intégrée à la salle de restaurant



During the extensive renovation of the building, the kitchen was opened out to make it part of the dining area

Christof Brinkmann Maître Rôtisseur

Christof Brinkmann has been rattling the pots and pans at his restaurant edo in Dangast, Friesland (Germany) since September 2018. The 29-year old Hanseatic chef wants to make an impact in the culinary world with his regional and Asian cuisine.



Since the tender age of 12, Christof Brinkmann has seized almost every opportunity to cook, describing food as: “My job and my hobby. I keep myself busy with food, eating, drinking and cooking all day long,” he admits.

At edo, food connoisseurs can see for themselves how Christof puts his passion for cuisine and cooking into practice. He admits he has no role models, and draws his inspiration in the kitchen from a mixture of social media, television, cookery books and visits to restaurants as well as other chefs in Germany and overseas. He works on new recipes with a great deal of enthusiasm, and stays true to himself.

The 50-seat restaurant occupies a 100+ year old thatched house that was completely renovated before Christof opened up. It takes its name, edo, from former Frisian chief Edo Wiemken - after whom the street is also named - and the Japanese Edo period. During the extensive renovation of the building, the kitchen was opened out to make it part of the dining area.

Guests can watch the kitchen staff at work, and six seats are at the so-called ‘food bar’ offering a clear and unobstructed view into the kitchen.

Christof describes the food created in front of the guests as: “Regional cuisine with a global concept.” The regional comes from fine, seasonal produce, whilst the global concept stems from his love of Asian spices, sauces and herbs, a tribute to an important stage in his professional development. Christof trained as a chef at the Havenhaus in Bremen-Vegesack between 2011 and 2013. After one year working at the Schröter’s Leib & Seele restaurant

in Bremen, he moved to the Chilli Club, also in Bremen. Working in an Asian Brasserie, the fact that he only liked fish raw was viewed as a positive. Working on the sushi counter, Christof entertained guests whilst cooking in front of them, doing his job so well that he was promoted to Head Chef just one year later. This experience, including managing a large kitchen brigade, learning organisational and business skills was a solid foundation for when he took the leap to set himself up with his own restaurant.

Christof first managed and owned the Gröningshof, which is just a

stone’s throw away from his current location in Dangast. However, the restaurant’s clientele favoured a traditional, classic cuisine and over time he felt uncomfortable. One of his regular diners was a gourmet who was impressed by Christof’s skills and offered him a partnership. Thus, the edo project was created. It was “a stroke of luck”, Christof admits, but he believes that a bit of luck is necessary in order to be successful in gastronomy. Far more crucial is the professional desire and drive to make a difference in the culinary world. And that is precisely what Christof Brinkmann is committed to doing.





Une marque vivante

La marque sur laquelle nous nous penchons est « Cajsa's Kök », une entreprise de restauration à Uppsala, en Suède, dont la propriétaire et PDG pragmatique est le Maître Rôtisseur, Cajsa Johansson.

Tout se passait dans la cuisine, raconte Cajsa à la *Revue*, alors qu'elle explique pourquoi elle a toujours su qu'elle deviendrait chef. Enfant, Cajsa passait ses vacances estivales avec ses grands-parents, qui adoraient tous cuisiner. Ses grands-parents paternels étaient agriculteurs et, à l'âge de cinq ans, elle avait son propre potager et s'émerveillait d'y voir pousser les petits pois et les carottes.

La passion de Cajsa combine la gastronomie et les gens. S'occuper des plats allant de la cuisine jusqu'aux convives et voir ceux-ci sourire la rend heureuse. « C'est un plaisir de servir », dit-elle.

Après sept ans en tant que chef saisonnier aux États-Unis, où elle alternait entre la côte ouest et les stations de ski du Colorado, Cajsa est revenue à la ville de son enfance, Uppsala, d'où elle n'est plus repartie. Elle a participé à des concours, remporté des prix et a fait partie, en tant qu'apprentie, de l'équipe nationale de chefs lors des Olympiades culinaires, où elle a eu l'honneur d'être le porte-drapeau suédoise lors de la cérémonie de remise des prix.

À l'origine, Cajsa gérait un restaurant d'entreprise et son service traiteur n'était qu'une activité secondaire. Au fil du temps, cette activité s'est développée et lorsque des locaux adaptés sont devenus disponibles, elle a décidé de se concentrer sur le service traiteur. Ses menus

suivent les saisons et utilisent des produits de la région, notamment des champignons, des baies et du gibier des forêts locales. Bien que les menus saisonniers soient devenus la norme, Cajsa a récemment remarqué que la durabilité est une priorité pour la plupart de ses clients.

Elle ajoute : « Nous avons un menu fixe qui change selon les saisons, mais les menus des mariages sont toujours uniques. C'est un jour si important pour les mariés, alors le repas du mariage doit refléter leurs goûts. Les autres clients qui bénéficient parfois de leurs propres menus sont les gouverneurs et les archevêques. »

Cajsa s'adapte aux divers styles de service ou d'événements que ses clients exigent, en proposant des solutions complètes. Elle est accompagnée de ses chefs et de son personnel de service parfaitement formé, qui partagent sa vision et qui composent une équipe efficace et experte. Bon nombre de ses collaborateurs travaillent avec elle depuis longtemps et apprécient, tout comme elle, le fait que chaque journée soit différente.

Les clients de Cajsa peuvent choisir de tenir leurs événements dans deux des lieux événementiels les plus impressionnants d'Uppsala : la serre du Jardin Botanique et le Château d'Uppsala. Des banquets se tiennent dans la serre de mai à septembre au milieu des plantes exotiques du jardin, puis les citronniers et les palmiers réinvestissent les lieux pour y passer



Les clients de Cajsa peuvent choisir de tenir leurs événements dans deux des lieux événementiels les plus impressionnants d'Uppsala : la serre du Jardin Botanique et le Château d'Uppsala

les mois d'hiver en intérieur. Cajsa tient également un café dans le grandiose hall Wasa du château. Un café estival et un marché éphémère servent aussi des plats à emporter et lorsque l'automne approche, ils sont remplacés par des expositions et des buffets de Noël proposant des mets du monde entier. Parfois, de la musique accompagne les plats, pour un nombre de convives pouvant aller de 8 à 10 000 personnes, par exemple lorsqu'Elton John s'est rendu en Suède.

Étant donné que Cajsa est sur le terrain, elle est toujours reconnue et elle se sert de son réseau pour le mieux, obtenant ainsi des contrats auprès d'ambassades, pour les visites d'État et avec la Chambre de Commerce de Stockholm. Elle n'a pas l'intention de changer son approche. « Je veux être une marque vivante et continuer à développer l'entreprise pendant bien longtemps encore » dit-elle. Ceci inclut de se concentrer sur son personnel : « C'est un tout qui assure notre succès. »

Catarina Offe
Conseiller Gastronomique
Traduit en anglais par Margareta Henry, Chargée de Missions Honoraire



Cajsa is able to offer her customers two of the most impressive event locations in Uppsala - the conservatory in the Botanical Garden and Uppsala Castle

A living brand

The brand is Cajsa's Kök, a catering business in Uppsala, Sweden, and its owner and hands-on CEO is Maître Rôtisseur Cajsa Johansson.



Everything happened in the kitchen, Cajsa tells the *Revue*, explaining why she always knew she would become a chef. As a child, Cajsa spent her summer holidays with her grandparents who all loved to cook. Her paternal grandparents were farmers, and as a five-year old she had her own vegetable garden, watching with excitement as her peas and carrots grew.

Cajsa's passion is the combination of food and people. Following the dishes from kitchen to guests, and seeing their smiling faces makes her happy. "It's nice to serve," she says.

After seven years as a seasonal chef in America, alternating between the west coast and the ski resorts of Colorado, Cajsa returned to her childhood city of Uppsala where she has stayed ever since. She has competed, won prizes, and participated as a trainee with the National team of chefs at the Food Olympics, when she was honoured to have been chosen to carry the Swedish flag at the award ceremony.

Cajsa's catering business was



originally secondary to a staff restaurant she was running, but as it grew stronger, and when suitable premises became available, she decided to focus on catering. Her menus follow the seasons, using produce from the area, including mushrooms, berries and game from local forests. Although seasonal menus are the norm, recently Cajsa has noticed that sustainability is a priority for most guests.

She adds: "We have a fixed menu that changes according to season, but wedding orders are always unique. For the bride and groom it's the most important day in their life, so the wedding dinner should reflect the bridal couple. Others who sometimes get their own menus are the governor and archbishop."

Cajsa caters for whatever style of food service or event her customers

want, offering complete solutions. This includes her chefs and well-trained service staff, all of whom share her vision, are efficient and knowledgeable. Many of her staff have been with her for a long time, appreciating, as does she, that every day is different.

Cajsa is able to offer her customers two of the most impressive event locations in Uppsala - the conservatory in the Botanical Garden and Uppsala Castle. She shares the conservatory with exotic plants from the garden; banquets take place from May to September when they give way to lemon trees and palms that need to spend the winter months inside. From the grand Wasa Hall in the castle, Cajsa runs a café. A summer café and pop-up market also serve takeaway food, and as autumn approaches they are replaced by exhibitions and Christmas buffets with a twist,

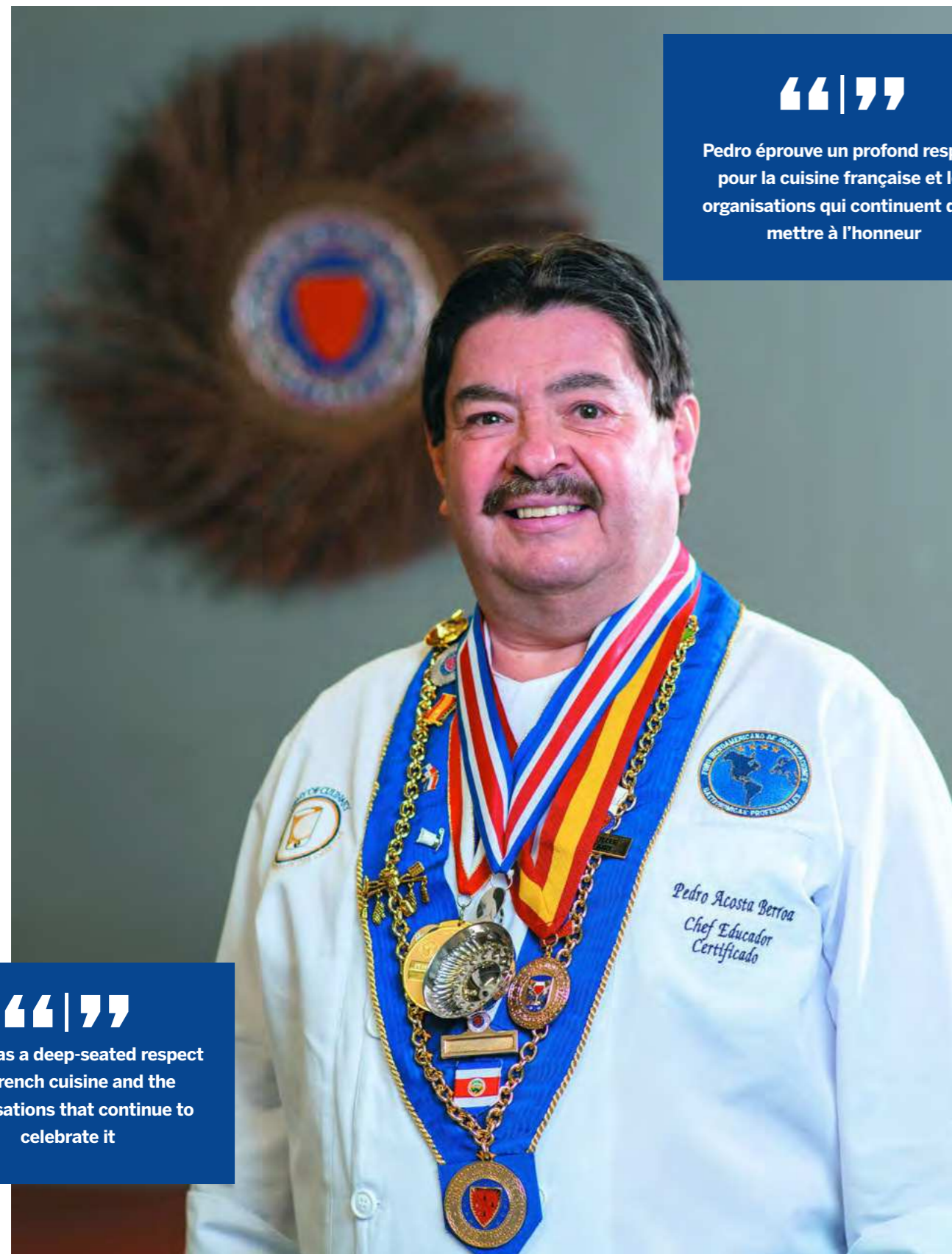
featuring flavours from around the world. Sometimes there will be food and music for anywhere from 8 to 10,000 guests, one example being when Elton John visited Sweden.

Choosing to be so hands-on means Cajsa is always recognised, and she uses her network to good advantage, securing contracts at embassies, for state visits and with the Chamber of Commerce in Stockholm. She has no intention of changing this approach. "I want to be a living brand for my company and continue to develop the business for a long time to come," she says. This includes a focus on her staff: "It's the wholeness that determines our success."

Catarina Offe
Conseiller Gastronomique
Translated into English by
Margareta Henry, Chargée de
Missions Honoraire

Pedro Acosta Berroa

Conseiller Culinaire



Pedro éprouve un profond respect pour la cuisine française et les organisations qui continuent de la mettre à l'honneur



Pedro has a deep-seated respect for French cuisine and the organisations that continue to celebrate it

Après un début de carrière dans l'apiculture et la culture de fruits, Pedro Acosta Berroa s'est dirigé vers le secteur de l'hôtellerie-restauration. Depuis 1995, il partage ses connaissances et son enthousiasme pour la gastronomie avec un vaste public.

En tant qu'ancien enseignant dans les secteurs de la gastronomie et de la restauration à l'INA (Institut national de l'apprentissage), institution qui applique une approche de formation classique et traditionnelle, Pedro éprouve un profond respect pour la cuisine française et les organisations qui continuent de la mettre à l'honneur. Son adhésion de longue date à la Chaîne lui a permis de contribuer au développement et à la professionnalisation du secteur de la gastronomie au fil des ans.

Au cours des dix dernières années, Pedro a constaté un changement d'attitude envers la gastronomie au Costa Rica. Alors qu'autrefois, être chef n'était pas considéré comme une profession, le savoir-faire gastronomique est désormais mis à l'honneur et jouit d'une plus grande reconnaissance, tant que des standards d'excellence sont appliqués. La gastronomie, en tant que sous-secteur de l'industrie du tourisme, est en plein essor. Un diplôme dans ce

domaine permet de bénéficier du statut de professionnel du tourisme. Et pour ceux qui souhaitent étudier à un niveau universitaire, des formations permettant d'obtenir une licence ou un master en arts culinaires ou techniques culinaires sont également proposées.

Les jeunes qui étudient la gastronomie font partie intégrante de ce processus, et renforcent l'idée que la cuisine est une profession nécessitant le plus haut niveau de formation en compétences cognitives et techniques. L'accent est porté sur une approche calme de la gestion du stress au sein des cuisines professionnelles, sur l'organisation du travail et sur la création d'expériences culinaires qui surpassent les attentes des convives.

Lorsqu'il a pris sa retraite de l'INA, après 22 années de service, Pedro a fondé Pedro Acosta Gastronomy, qui offre conseils et soutien aux étudiants et aux professionnels du secteur de la restauration.



From an early career in beekeeping and fruit growing, Pedro Acosta Berroa moved into the restaurant and hotel business, and since 1995 has been sharing his knowledge of, and enthusiasm for gastronomy with others.

As an instructor in gastronomy, food and drinks at the INA (National Learning Institute), which takes a classical and traditional approach to gastronomy training, Pedro has a deep-seated respect for French cuisine and the organisations that continue to celebrate it. His long membership of the Chaîne has enabled him to contribute to the development and professionalism of gastronomy over many years.

Pedro identifies a change in attitude towards gastronomy in Costa Rica over the last decade. Whereas once, becoming a chef was not rated as a profession, skills in the field of gastronomy are being elevated and enjoying wider recognition, providing they are executed to an excellent standard. Gastronomy, as a sub sector of the tourism industry, is on the up. Possessing a gastronomy qualification classifies a person

as a tourism professional. For those with the means to study at university, degrees and masters in gastronomy or gastronomic engineering are also on offer.

Young people studying gastronomy have been part of this process, reinforcing the idea that cooking is a profession that requires the highest level of training in cognitive and technical skills. The emphasis is on managing the pressure of working in a professional kitchen in a calm manner, being well organised and producing dining experiences that exceed all customer expectations.

On retiring from the INA in 2017, after 22 years of service, Pedro established Pedro Acosta Gastronomy, specialising in offering advice and counselling to students and professionals in the food and beverage sector.

Tendances dans le secteur de l'hôtellerie-restauration

Le COVID-19 a eu un impact considérable sur le secteur de l'hôtellerie-restauration à travers le monde. La *Revue* examine certaines des tendances post-pandémie auxquelles nous pouvons nous attendre.



En l'absence d'excédent de personnel, certains établissements devront peut-être limiter leurs heures d'ouverture pour garantir les journées de repos de leurs équipes

Pendant la pandémie, alors que la vaste majorité de la population avait dû passer en télétravail et que de nombreux établissements avaient été contraints de fermer leurs portes, les sorties au restaurant n'étaient plus possibles. Cela a donné lieu à de nombreuses expériences culinaires à la maison, avec un accent notable sur le petit-déjeuner et le brunch. Néanmoins, à l'heure où les restrictions se relâchent, ou ont même disparu dans de nombreuses régions du monde, on pense désormais que les chefs en reviendront aux grands classiques en vue d'encourager le public à reprendre ses anciennes habitudes au restaurant.

Malgré la flambée des réservations de vacances, en particulier les séjours low-cost au soleil, les temps demeurent incertains pour le secteur de l'hôtellerie-restauration. Et après cette longue période sans clients et sans revenus, le retour à la rentabilité est un critère manifestement essentiel.

Un nombre important de nouvelles tendances vont clairement émerger en conséquence du COVID-19. Selon Annie Dunne, conseillère en agro-alimentaire et spécialiste du développement de nouveaux produits, les consommateurs sont à la recherche d'ingrédients sains. « Il ne s'agit pas tant d'aliments sains tendance, mais de produits qui ont fait leurs preuves pour améliorer les fonctions cérébrales et la mémoire », explique-t-elle. « Tout le monde accorde de l'importance à sa santé et à son système immunitaire de nos jours, le COVID-19 étant toujours l'une des principales préoccupations de la population, mais je pense que l'on verra apparaître un groupe de consommateurs à la recherche de nouveaux aliments bénéfiques à la santé ».



En raison de l'intérêt croissant porté au changement climatique, les pratiques durables exercent une influence accrue sur les choix alimentaires des consommateurs, notamment en ce qui concerne les produits qu'ils consomment, leur provenance et leur emballage. Une grande réduction de l'utilisation de plastique, de polystyrène et de films alimentaires est attendue, à moins qu'ils ne soient recyclables et qu'un dispositif de recyclage soit disponible. Le secteur des emballages compostables est en pleine croissance mais il est moins adapté à un environnement urbain densément peuplé, où vit la majorité de la population. De plus, à l'instar du plastique, une filière de déchets adaptée est essentielle. Pour nos établissements, la quête de la neutralité carbone sera primordiale, à la fois parce que les lois l'exigent et parce que les clients le demandent.

Dans le même temps, à l'heure post-covid actuelle, la pénurie de personnel représente une préoccupation continue pour de nombreux hôtels, restaurants et autres établissements. Les employeurs ont réalisé qu'ils doivent être concurrentiels sur le marché du travail, avec des salaires, des prestations et des avantages correspondants à ceux d'autres secteurs. Cela augmente les coûts

et présente un dilemme : les clients seront-ils prêts à payer des prix toujours plus élevés, d'autant plus qu'ils étaient déjà en hausse en raison des coûts des matières premières et du carburant ? En l'absence d'excédent de personnel, certains établissements devront peut-être limiter leurs heures d'ouverture pour garantir les journées de repos de leurs équipes.

La technologie occupe une place de plus en plus importante dans les hôtels et les restaurants, pour, nous affirme-t-on, renforcer l'expérience client. Il n'est plus inhabituel de devoir scanner un code QR avec un téléphone portable pour accéder au menu ou à la carte des vins. Les applications dédiées représentent un autre domaine à forte croissance pour le secteur de l'hôtellerie-restauration.

Terminons sur une bonne nouvelle : après les défis posés par les restrictions liées au covid, comme à la fin d'une guerre ou d'une période de privations, la population cherche à se faire plaisir pour célébrer non seulement les mariages, anniversaires et autres cérémonies traditionnelles, mais aussi toutes les occasions de sortir au restaurant. Cela génère manifestement une hausse des revenus et des bénéfices et contribue à la reprise du secteur.

Trends in the hospitality industry

COVID-19 has had a profound impact on the hospitality industry worldwide. The *Revue* looks at some of the post pandemic trends that we might expect to see.



With the large majority of people required to work from home during the pandemic and many outlets forced to close, dining out was not possible. This led to a greater degree of experimentation in home cooking. A bigger focus on breakfast and brunch was evident. Nevertheless, now that the restrictions have receded or even disappeared in many parts of the world, the commonly held belief is that Chefs will return to tried and trusted dishes in their quest to encourage the "eating out" public to return to their previous habits.

Despite a surge in holiday bookings, especially the sun-seeking low-cost flight ones, these are still uncertain times for the hospitality industry. After a lengthy period without customers and therefore income, getting back to profitability is an obvious essential criterion.

Clearly, a lot of new trends are going to develop as a result of the impact of COVID-19. Annie Dunne, a food consultant and new product development specialist, believes people are looking for healthy food. "Not so much trendy health foods, but things that are shown to



help brain function and improve memory," she says. "Everybody is thinking about their health and immunity right now, with COVID-19 obviously the most prominent issue, but I think there will be a pool of consumers willing to look out for new foods that will impact their health."

With the growing interest in climate change, sustainability is having an increasing influence on consumers' food choices - what they eat, where it comes from and how it is packaged. We are looking at a big reduction in plastics, polystyrene and film - unless it is recyclable and there is a recycling scheme to take care of it. Compostable packaging is a growth area but is less suited to an intensely-populated city environment where the majority of the population live. In addition, as with plastics, an appropriate waste stream is also essential. For our establishments the drive to be carbon neutral will be relentless, not only because it is demanded

through legislation but also because customers will demand it.

All the while, in the current post-Covid era staff shortages are an ongoing challenge for many hotels, restaurants and other catering outlets. Employers have realised that they need to be competitive in the jobs market, with salaries, benefits and perks on offer in line with other sectors. This increases costs and the dilemma is whether customers will pay ever higher prices - which are already increasing through the cost of materials and fuel. In the absence of a surfeit of staff, maybe establishments will need to reduce their opening hours in order to provide staff with guaranteed days off.

Technology is becoming ever more present in hotels and restaurants - being brought in to allegedly raise the customer's experience. It's not unusual to be presented with a QR code to scan with one's mobile

phone in order to reach the menu or wine list. Dedicated apps are another big growth area for the hospitality industry.

The good news is that after the challenges of the Covid restrictions, like at the end of a war or other period of hardship, people are looking to enjoy themselves and are celebrating not just the traditional weddings, birthdays and graduations for instance, but coming up with any excuse for a dining out experience. Obviously this makes for increased sales and profits to help the industry to fully revive.



In the absence of a surfeit of staff, maybe establishments will need to reduce their opening hours in order to provide staff with guaranteed days off



En 2000, il a relancé la Chaîne dans l'est de la France, réunissant le Bas-Rhin et le Haut-Rhin pour créer le Bailliage d'Alsace

In 2000, he relaunched the Chaîne in the East of France, bringing together the Bas-Rhin and Haut-Rhin regions to create the Bailliage of Alsace



Jules Julien Chargé de Missions

Pilier de la région française du Grand Est, Jules Julien a consacré sa vie à l'art de la cuisine et aux plaisirs de la table.

Pour son premier poste en tant qu'apprenti cuisinier, Jules a été formé par un chef lui-même ancien apprenti d'Auguste Escoffier. En quittant ce poste en 1957, il a été nommé meilleur apprenti de cuisine de Lorraine.

Jules a été cuisinier du commandant des forces françaises au Maroc, avant de devenir cuisinier en Suisse, où il a rencontré son épouse. Ils ont deux enfants et célèbrent cette année leurs 60 ans de mariage.

Au cours de son illustre carrière, Jules a dirigé et a été propriétaire de plusieurs restaurants et hôtels, notamment le Saint Hubert, près de

Sélestat, qu'il a racheté en 1972 et qui a figuré au guide Michelin pendant 25 ans. Il a également partagé son savoir-faire, en enseignant la technologie hôtelière (cuisine et salle) à l'École hôtelière de Strasbourg.

La réputation de la Chaîne en tant qu'association rassemblant professionnels et amateurs de gastronomie a séduit Jules. Il a été nommé Maître Rôtisseur par Jean Valby, l'un des fondateurs de la Confrérie, à l'occasion du Chapitre de Mâcon en 1974, et sa fidélité n'a pas failli depuis. En 2000, il a relancé la Chaîne dans l'est de la France, réunissant le Bas-Rhin et le Haut-Rhin pour créer le Bailliage d'Alsace.

Attaché à l'art de recevoir, Jules a remis le port du smoking au goût du jour lorsqu'il a été nommé Président du « Club du Comte de Monte-Cristo », un club de cigares au sein de la Chaîne en France. Jules porte un grand intérêt aux cigares et il est également membre du club de cigares « Zino Davidoff », ainsi que membre fondateur de plusieurs clubs consacrés à la passion de fumer.

Par amour pour la Chaîne et pour la gastronomie, Jules encourage les jeunes gens appréciant les bonnes choses de la vie à rejoindre la Chaîne, qu'ils soient professionnels du secteur ou amateurs passionnés.

A well-known personality in the Grand Est region of France, Jules Julien has devoted his whole life to the art of cooking and the pleasures of the table.

In his first job as an apprentice cook, Jules was taught by a chef who had himself been an apprentice of Auguste Escoffier. By the time he left this position in 1957 he was named the best apprentice chef in Lorraine.

Jules cooked for the commanding officer of the French forces in Morocco before becoming a chef in Switzerland, where he met his wife. They have two children and will celebrate their 60th wedding anniversary this year.

During his illustrious career, Jules has run and owned several restaurants and hotels, including the St Hubert, near Sélestat, which he acquired

in 1972, and which was listed in the Michelin Guide for 25 years. He has also shared his knowledge with others, teaching hospitality technology (kitchen and front of house) at the École Hôtelière in Strasbourg.

Jules was attracted to the Chaîne by its reputation for bringing together professionals and gastronomy enthusiasts. He was appointed Maître Rôtisseur by one of the founders, Jean Valby, at the Mâcon Chapitre in 1974 and has been a loyal member ever since. In 2000, he relaunched the Chaîne in the East of France, bringing together the Bas-Rhin and Haut-Rhin regions to create the Bailliage of Alsace.

Passionate about the art of hosting, Jules revived the custom of wearing a tuxedo when he was appointed Chairman of the 'Club du Comte de Montecristo', a cigar club within the Chaîne in France. Jules has a keen interest in cigars, and is also a member of the 'Zino Davidoff' Cigar club and a founding member of a number of clubs dedicated to the love of smoking.

Driven by his love for the Chaîne and his passion for gastronomy, Jules encourages young people who appreciate the finer things in life to join the Chaîne, whether they are professionals in the industry or keen amateurs.



Même si la production de glace a atteint une échelle industrielle au cours du XXe siècle, les producteurs italiens ont conservé leur statut d'artisans

Plaisirs glacés

Les glaces et les sorbets font partie des desserts les plus anciens au monde, plébiscités par tous les groupes d'âge et convenant à tous les styles de service, avec une popularité jamais démentie et des combinaisons de saveurs infinies.

Les glaces et les sorbets, même si leur forme a évolué au fil des ans, ont une histoire millénaire. Les fruits et jus de fruits servis sur de la neige et de la glace dans les empires antiques de Mésopotamie et de Perse seraient les premiers exemples de sorbet. Les Chinois auraient inventé le premier produit semblable à la glace, un lait fermenté épaissi avec de la farine et refroidi au moyen d'une méthode de réfrigération basique mais ingénieuse, à l'époque de la dynastie Tang (618-907 ap. J.-C.).

Les glaces et les sorbets sont demeurés un produit de luxe que seules les personnes les plus aisées pouvaient s'offrir, jusqu'à ce que des processus de production mécanisés, c'est-à-dire, les premières sorbetières, fassent leur apparition au milieu du XIXe siècle. Cette invention, associée à la plus grande disponibilité de blocs de glace, a

permis de les rendre plus accessibles au grand public. Progressivement, de nouvelles façons de les servir ont vu le jour. Des vendeurs ambulants sont apparus dans les rues, tandis que l'invention du cornet a facilité le service et la dégustation de crèmes glacées en tout lieu.

Les glaces sont souvent associées à l'Italie. En revanche, si gelato est le nom italien de la glace, les gastronomes savent qu'il y a une différence entre les deux produits. Les glaces ont une teneur en matières grasses plus élevée, tandis que le gelato est confectionné avec davantage de lait et moins de crème. Pour cette raison, le gelato doit être conservé à une température un peu plus élevée pour préserver sa texture onctueuse.

Même si la production de glace a atteint une échelle industrielle au cours du XXe siècle, les producteurs

italiens ont conservé leur statut d'artisans. L'Italie compte le plus grand nombre de marchands de glace, bien que selon le site italiangelato.info, les glaces à l'italienne soient commercialisées dans 76 pays dans le monde, avec près de 65 000 points de vente en Europe (en 2021).

En 2012, le Gelato Museum, considéré comme le premier musée au monde consacré aux glaces à l'italienne, a ouvert ses portes au sein du siège social de Carpigiani, à Anzola dell'Emilia en Italie.

Créer de nouveaux parfums de glaces et de sorbets en accord avec de délicieux desserts ou en pièce centrale d'un plat présente un défi que les chefs prennent plaisir à relever, et un sujet souvent imposé lors des concours culinaires. Pourtant, le succès des parfums traditionnels n'est jamais démenti, malgré

quelques différences géographiques. En 2021, une compagnie d'assurance spécialisée pour vendeurs de glace ambulants a analysé le volume mensuel de recherches sur internet des 22 parfums les plus populaires dans 121 pays. Au niveau mondial, le chocolat remporte les suffrages, suivi par la vanille, mais la napolitaine prend la première place en France tandis que la banane triomphe aux Philippines et que la noix de pécan au beurre s'avère le premier choix du Danemark et de l'Italie.

À l'occasion d'un concours paneuropéen dans le cadre de la Journée européenne de la glace artisanale (24 mars 2022), le Parfum de l'année, intitulé Dolce Sinfonia, devait inclure chocolat et noisette. La composition gagnante, avec chocolat, noisette, ricotta et figues aromatisées au rhum, est désormais fabriquée en grande quantité par des artisans glaciers sur tout le continent.

Chilled to perfection

Ice cream and sorbets are among the oldest desserts known to man, transcending all age groups and styles of service, with enduring popularity and endless flavour combinations.

Ice cream and sorbets - although not as we know them today - have a history that spans millennia. Evidence of fruit and fruit juice served over snow and ice in the ancient empires of Mesopotamia and Persia are believed to be the earliest examples of sorbet. The Chinese are credited with inventing the first product resembling ice cream, a fermented milk thickened with flour and cooled using the ingenious but basic refrigeration techniques of the Tang dynasty (618 -907 AD).

Ice cream and sorbets remained a luxury product, affordable only by the very wealthy until mechanised production processes in the form of the first ice cream machines were introduced in the mid 19th century. This, coupled with the wider availability of ice, led to ice cream becoming more accessible

to the general public. Gradually, new service styles arrived. Mobile carts took ice cream onto the streets and the invention of the ice cream cone made it easier to serve and eat as a snack whatever the location.

It is with Italy that the ice cream - or gelato - is best associated. Whilst linguistically gelato may be the Italian word for ice cream, gourmets will know that there is a difference between the two products. Ice cream has a higher fat content, whilst gelato uses more milk and less cream. This means gelato needs to be stored at a higher temperature and served soft.

Even as production of ice cream grew to an industrial scale during the 20th century, Italian producers retained their artisan status. Italy remains a world leader, famous for

its gelato parlours, although the website italiangelato.info believes they are present in 76 countries across the world, with about 65,000 outlets in Europe (in 2021).

In 2012, what is believed to have been the world's first museum dedicated to artisan gelato, The Gelato Museum, opened in the Carpigiani headquarters at Anzola dell'Emilia in Italy.

Finding new flavours of ice cream and sorbet to partner with tantalising desserts, or as the centrepiece of a dish, may be a challenge that chefs enjoy and both business and cookery competitions love to set, but it seems that the old favourites refuse to be beaten, albeit with geographical differences. In 2021, an insurance company that offers a specialist scheme for ice cream vans, analysed the monthly



Even as production of ice cream grew to an industrial scale during the 20th century, Italian producers retained their artisan status

internet search volume of 22 popular ice cream flavours in 121 different countries. Globally, chocolate emerged as the most popular, followed by vanilla, but Neapolitan emerged on top in France, whilst banana triumphed in the Philippines with buttered pecan the first choice for Denmark and Italy.

In a European-wide competition to celebrate European Artisanal Gelato Day (March 24, 2022) the Flavour of the Year, dubbed *Dolce Sinfonia*, set a challenge to generate a new recipe using chocolate and hazelnut. The winning combination of chocolate, hazelnuts, fresh ricotta and figs in rum syrup is now being made in huge quantities by master gelato makers for sale in gelato parlours across the continent.





Jeunes Chefs Rôtisseurs

Finale Internationale 2022 International Final 2022

Mexico, du 5 au 9 octobre 2022
Mexico City, October 5-9, 2022



L'école Le Cordon Bleu, hôte de la Finale 2022

En avril 2000, dans le cadre de ses projets d'expansion et de croissance internationale pour répondre aux besoins du secteur culinaire, Le Cordon Bleu a ouvert sa première école de cuisine au Mexique, grâce à une alliance stratégique avec l'Universidad Anahuac. Ces deux établissements leaders dans leurs secteurs éducatifs respectifs dispensent les meilleures formations en techniques culinaires du pays.

En raison de l'enthousiasme exprimé par Thierry Blouet,

Bailli Délégué du Mexique, pour les concours culinaires internationaux, organiser la Finale Internationale 2022 dans la capitale du pays était une décision aisée !

Nous sommes ravis d'être au Mexique pour cette édition du concours et espérons que, cette année, tous les concurrents pourront nous rejoindre. Nous invitons les membres de la Chaîne à participer au Grand Chapitre qui se déroulera en parallèle et à être à nos côtés pour féliciter et récompenser les jeunes chefs qui participent au concours.

Le Cordon Bleu to host the 2022 Final

In April 2000 Le Cordon Bleu, continuing its expansion projects and international growth to satisfy the culinary industry needs, opened its cooking school for the first time in Mexico through a strategic alliance with Universidad Anahuac. Both leaders in their respective education fields, they provide the best culinary techniques training in the country.

Together with the enthusiasm for international culinary

competitions exhibited by Thierry Blouet, Bailli Délégué of Mexico, bringing the 2022 International Final to the country's capital was not a hard decision to make!

We are delighted to be in Mexico this year and expect a full slate of competitors. We invite all our Chaîne members to attend the associated Grand Chapitre and be with us as we congratulate and award our young chef competitors.

David Tetrault

Président, Comité organisateur,
Concours International des Jeunes Chefs Rôtisseurs et
Membre du Conseil d'Administration et du Conseil Magistral /
Chair, Organising Committee, International Jeunes Chefs Rôtisseurs
Competition and Member of the Conseil d'Administration and
Conseil Magistral

Comité / Committee

- Bernhard Frais, Conseiller Culinaire (Autriche / Austria)
- Lois Gilbert, Bailli du Val / Bailli of Val d'Okanagan (Canada)
- Heinz Hofmann, Membre Honoraire du Conseil d'Administration /
Member Honoraire of the Conseil d'Administration, Chancelier
Honoraire (États-Unis / USA)

Le programme

À ce jour, le programme prévisionnel pour les cinq jours de l'événement est le suivant :

Mercredi 5 octobre

Arrivée des concurrents et des juges
Dîner de bienvenue au Galería Plaza Hotel

Jeudi 6 octobre

Déjeuner au Xochimilco Floating Garden
Ballet folklorique au Palacio de Bellas Artes
Dîner à Azúl Histórico

Vendredi 7 octobre

Visite/rallye dans le centre de Mexico
Déjeuner au restaurant Balcón del Zócalo
Visite de l'école Le Cordon Bleu sur le Campus Norte
de l'Universidad Anahuac
Dîner à l'Hacienda de los Morales

Samedi 8 octobre

Finale Internationale 2022 à l'école Le Cordon Bleu
Dîner pour les concurrents et les juges dans une
sélection de plusieurs grands restaurants

Dimanche 9 octobre

Briefing du concours
Remise des récompenses et Cérémonie des
Intronisations au St Regis Hotel, en conjonction avec
le Grand Chapitre du Bailliage du Mexique

Programme

The draft programme for the five-day event is as follows:

October 5 (Wednesday)

Arrival of competitors and judges
Welcoming dinner at the Galería Plaza Hotel

October 6 (Thursday)

Lunch at Xochimilco Floating Garden
Folk Ballet at the Palacio de Bellas Artes
Dinner at Azúl Histórico

October 7 (Friday)

Downtown Mexico City tour/rally
Lunch at Restaurant Balcón del Zócalo
Visit to Le Cordon Bleu on the Campus Norte of the
Universidad Anahuac
Dinner at Hacienda de los Morales

October 8 (Saturday)

2022 International Final at Le Cordon Bleu
Dine around for competitors and judges at selected
top restaurants

October 9 (Sunday)

Competition briefing
Awards presentation and Induction Ceremony at
the St Regis Hotel - in conjunction with the Grand
Chapitre of the Bailliage of Mexico



Erich Ruppen Conseiller Culinaire

Après une carrière de plusieurs décennies dans des hôtels, des restaurants gastronomiques puis dans la restauration aérienne, Erich Ruppen a quitté ses activités de première ligne pour rejoindre l'école Le Cordon Bleu d'Istanbul en tant que Directeur technique et Chef-enseignant dans le monde entier.



Erich a rejoint Le Cordon Bleu en 2017. La Revue lui a demandé comment cette transition s'est effectuée. « Après plus de 20 ans dans la restauration aérienne, je souhaitais me reconvertir dans le secteur de l'éducation ou de la formation. À l'occasion d'un Concours des Jeunes Rôtisseurs, où je faisais partie du comité organisateur, j'ai rencontré le Directeur de l'école Le Cordon Bleu d'Istanbul. Le reste appartient à l'histoire, pour reprendre l'expression consacrée. Quatre mois plus tard, je prenais mes fonctions. »

La majorité des programmes du Cordon Bleu sont basés sur la cuisine française classique, laquelle, explique Erich, correspond parfaitement à sa propre formation et à son expérience culinaire. Erich a pour principal objectif que ses élèves maîtrisent ces techniques et apprennent à marier les saveurs. Les techniques françaises, poursuit-il, sont universelles et fondées sur la logique. Qu'il s'agisse de sauter, rôtir, braiser, griller ou pocher, chacune d'entre elles répond à un objectif précis.

Le monde post-pandémie évolue rapidement et le secteur culinaire doit suivre le rythme. Erich a quelques conseils à donner aux jeunes gens qui poursuivent aujourd'hui une carrière dans la gastronomie. « Les chefs doivent constamment évoluer pour développer leurs compétences et leur savoir-faire. Quel que soit le niveau professionnel atteint, il y a toujours de nouvelles techniques à apprendre et des connaissances à acquérir. La durabilité, le zéro déchet, une alimentation plus saine et les régimes à base de plantes sont des tendances importantes



sur lesquelles les chefs doivent se concentrer. Mon conseil aux jeunes chefs : travailler dur. Une carrière ne se fait pas du jour au lendemain, il ne faut pas craindre les échecs car c'est ainsi que l'on se perfectionne. »

Temps forts de sa carrière

D'origine suisse, Erich a commencé sa carrière culinaire à l'âge de 17 ans. Après l'obtention de son diplôme de chef, Erich a travaillé dans sa Suisse natale, aux Bermudes puis en Afrique du Sud.

En 1990, il s'est installé en Turquie pour l'ouverture du Çırağan Palace Kempinski Hotel, où il a été promu au rang de Chef de cuisine en 1992. Dans le cadre de ces fonctions, il a servi de nombreuses personnalités, notamment Boris Eltsine, Helmut Kohl et plusieurs personnalités politiques turques, telles que Turgut Özal.

Un des souvenirs les plus mémorables d'Erich, alors qu'il était Sous-Chef de cuisine au Çırağan Palace, a été la visite de

George Bush Senior. Il se souvient avoir servi celui qui était alors le Président américain à l'occasion d'une croisière sur le Bosphore, et lui avoir présenté le menu en personne, avant de lui serrer la main.

En 1995, Erich a rejoint le secteur de la restauration aérienne, auprès de Gate Gourmet/USAŞ, où il était responsable de 70 restaurants, bars, cafétérias et points de restauration dans cinq aéroports en Turquie.

En 2008, il a rejoint LSG Sky Chefs, réputée comme étant comme la plus grande entreprise de restauration aérienne au monde, où il a été promu aux fonctions de Directeur de l'excellence culinaire pour l'Europe auprès du LSG Group.



Le monde post-pandémie évolue rapidement et le secteur culinaire doit suivre le rythme

Conseiller Culinaire Erich Ruppen

After a career spanning many decades in hotels, fine dining restaurants and eventually airline catering, Erich Ruppen turned his back on frontline operational roles to join Le Cordon Bleu in Istanbul as Technical Director and Chef Instructor.



Erich joined Le Cordon Bleu in 2017. The *Revue* asked him how this move came about. "After more than 20 years in airline catering I was looking for an opportunity in education or the training sector. During a Jeunes Chefs Rôtisseurs competition, at which I was a member of the organising committee, I met the Director of Le Cordon Bleu in Istanbul and the rest, as they say, is history. Four months later I started work."

Most of the programmes at Le Cordon Bleu are based on classic French cuisine, which, Erich explains, is perfectly suited to his own culinary education and experience. His main objective is that students master these techniques and learn about layering flavours. French techniques, he says, are universal and based on logic. Whether it be sautéing, roasting, braising, grilling or poaching, there is a reason for using each of them.



The post-pandemic world is changing rapidly and the culinary industry needs to adapt at speed



The post-pandemic world is changing rapidly and the culinary industry needs to adapt at speed. Erich offers some advice for young people developing a career in gastronomy today. "Chefs must continuously evolve and develop their skills and knowledge. It doesn't matter what level of their career a chef may have reached, there are always new skills to learn and knowledge to be gained. Sustainability, zero food waste, healthier diets and plant-based diets are all significant trends, which chefs have to focus on. My advice to any young chef is to work hard. It doesn't happen overnight, and don't be afraid of failure, because that's how you make yourself better."

Career highlights

Swiss-born Erich started his culinary career at the age of 17. After achieving his Swiss Chef Diploma, Erich worked in his native Switzerland, Bermuda and South Africa.

In 1990 he moved to Turkey for the opening of Çırağan Palace Kempinski Hotel, where he was promoted to Executive Chef in 1992. He served many famous guests whilst in this role, including Boris Yeltsin, Helmut Kohl and several Turkish politicians, such as Turgut Özal.

One of Erich's most memorable occasions was as Executive Sous Chef at the Çırağan Palace

when George Bush Senior was in residence. He recalls serving the then USA President during a boat cruise on the Bosphorus, explaining the menu to him face-to-face, and then shaking his hand.

In 1995, Erich moved into airport catering, working for Gate Gourmet/ USAŞ, where he was responsible for 70 restaurants, bars, cafeterias and food sales outlets at five airports across Turkey.

In 2008, he moved to LSG Sky Chefs, best known as one of the world's largest airline catering companies, where he was promoted to Director of Culinary Excellence Europe for the LSG Group.



Concours des Jeunes Sommeliers Jeunes Sommeliers Competition

Finale Internationale 2022 International Final 2022

Wiesbaden, du 14 au 17 septembre 2022
Wiesbaden, September 14–17, 2022



L'Allemagne, hôte de la Finale Internationale 2022

C'est avec un immense plaisir que le Comité organisateur du Concours International des Jeunes Sommeliers peut annoncer que la Finale Internationale 2022 aura lieu à Wiesbaden en Allemagne, du 14 au 17 septembre. Wiesbaden est célèbre pour ses sources thermales naturelles, qui, au fil des siècles, ont attiré de grands personnages historiques, à l'image de Goethe, Wagner et Brahms. Le Concours sera organisé parallèlement au Chapitre du Bailliage d'Allemagne. L'hôtel d'accueil sera le Nassauer Hof, ouvert depuis 1813 et étoilé au Michelin sans discontinuer depuis 1979.

Grandes lignes du programme provisoire :

Mercredi 14 septembre

Arrivée des concurrents et des juges.

Jeudi 15 septembre

Le Nassauer Hof est un point de départ idéal pour visiter la belle vallée du Rhin. Notre itinéraire éducatif à travers la région viticole du Rheingau ne décevra pas.

Dîner de bienvenue en soirée.

Vendredi 16 septembre

Demi-finale du Concours 2022 tout au long de la journée.
Dîner.

Samedi 17 septembre

Finale du Concours 2022 pour désigner le trio de tête.

Cérémonie de Remise des récompenses/des Intronisations suivie par un Dîner de Gala, dans le cadre du Chapitre du Bailliage d'Allemagne.

Dimanche 18 septembre

Départ de tous les participants.

Des informations supplémentaires seront annoncées dès qu'elles seront confirmées. D'ici là, inscrivez ces dates à votre calendrier. Nous nous réjouissons à la perspective de la participation de nombreux Bailliages à cette édition annuelle du Concours.

Germany to host the 2022 International Final

It is with great pleasure that the Organising Committee of the International Jeunes Sommeliers Competition can announce that the programme for the 2022 International Final will be held in Wiesbaden, Germany from September 14-17. Wiesbaden is famous for its natural thermal springs, which over the years have attracted notable historic figures such as Goethe, Wagner, and Brahms. The competition will be held in conjunction with a Chapitre of the Bailliage of Germany. Host hotel will be the Nassauer Hof which opened in 1813 and has been continuously Michelin-starred since 1979.

Currently, the outline of the draft programme is:

Wednesday, September 14

Arrival of competitors and judges.

Thursday, September 15

The Nassauer Hof is reputed for being a favourite location from which to embark on tours of the scenic Rhine Valley. Our

educational tour will maintain this reputation by being in the Rheingau wine region. Welcome dinner in the evening.

Friday, September 16

All day semi-final of the 2022 Competition. Dinner.

Saturday, September 17

Final of the 2022 Competition to place the 1-2-3.

Awards/Induction Ceremony followed by a Gala Dinner - all in conjunction with the Chapitre of the Bailliage of Germany.

Sunday, September 18

Everyone departs for home.

More details will be announced as and when they are decided. Meanwhile, please save the dates. We are looking forward to even more Bailliages participating in this year's competition.

Marie Jones

Présidente, Comité organisateur, Concours International des Jeunes Sommeliers / Chair, Organising Committee, International Jeunes Sommeliers Competition

Membres du Comité / Committee Members

- Klaus Tritschler, Membre du Conseil d'Administration (Allemagne) / Member of the Conseil d'Administration (Germany)
- Philip Evins, Membre du Conseil Magistral (Grande-Bretagne) / Member of the Conseil Magistral (Great Britain)

Le Rheingau

Le Rheingau est l'une des 13 régions viticoles allemandes délimitées (Weinbaugebiete), qui produisent des vins de qualité (QbA et Prädikatswein). Tirant leur nom de la région historique du Rheingau (« district du Rhin »), les vignobles sont situés dans l'État de Hesse. S'il ne représente que 3 % du total des vignobles allemand, le Rheingau est à l'origine de nombreuses innovations historiques importantes pour la viticulture allemande et abrite de nombreux producteurs de renommée internationale, tels que Schloss Johannisberg. Avec ses 3 125 hectares de vignes, la région contient une plus grande proportion de Riesling (77,7 %) que toute autre région viticole allemande, le Spätburgunder (Pinot Noir) représentant une grande partie des autres cépages.

The Rheingau

The Rheingau is one of 13 designated German wine regions (Weinbaugebiete) producing quality wines (QbA and Prädikatswein). It was named after the traditional region of Rheingau (meaning "Rhine district"), the wine region is situated in the state of Hesse. Although making up only three per cent of the total German vineyard area, the Rheingau has been the source of many historically important innovations in German wine making, and contains many wine producers of international reputation, such as Schloss Johannisberg. With its 3,125 hectares of vineyards, the region boasts a higher proportion of Riesling (77.7%) than any other German wine-growing region, with Spätburgunder (Pinot Noir) making up most of the rest.

Le vin dans le sang



Le domaine primé EFESTĒ, dans l'État de Washington, est né d'une longue tradition viticole familiale, avec des racines qui remontent à la région de Calabre en Italie.

Nous connaissons tous l'expression : « Quand le chat n'est pas là, les souris dansent ». C'est exactement ce qui s'est produit en 2005, lorsqu'Angela Taylor, Professionnel du Vin, accompagnée de sa mère Helen Ferrelli, s'est rendue en Italie pour fêter le départ à la retraite d'Helen. À leur retour, elle a découvert que son mari et son père avaient transformé leur passe-temps de petite production de vin, destinée à la famille et aux amis, en société commerciale. « Ils avaient fait la connaissance de quelqu'un, acheté du raisin, puis décidé de faire du vrai vin », confie Angela à la *Revue*.

Le père d'Angela est Daniel Ferrelli, dont la famille avait quitté l'Italie pour rejoindre les États-Unis pendant la Grande Dépression et la Prohibition, vivant initialement à Chicago avant de s'installer dans la région de Seattle en 1959. Daniel a appris les techniques de production du vin auprès de son grand-père, dans la cave de la maison familiale. Il a fait perdurer la tradition dans son garage, avec l'aide du compagnon d'Angela, aujourd'hui son mari, Kevin Taylor.

La philosophie fondatrice d'EFESTĒ était de laisser la nature faire les choses. Ils ont acheté des raisins cultivés dans l'est de l'État de Washington et ont recruté un maître de chai à plein temps, avec une expertise dans la fermentation spontanée. En 2007, EFESTĒ a planté ses trois vignobles dans l'est de l'État de Washington : Angela's Vineyard et Taylor Mag Vineyard, au sein de

l'appellation géographique Red Mountain de l'American Viticultural Area (AVA), et Oldfield Vineyard, dans celle de la Yakima Valley. Le domaine se fournit également en raisins d'autres vignobles de cet État, notamment Bacchus, Sagemoor et Dionysus, tous situés sur les rives du fleuve Columbia.

La famille a dû faire face à une certaine adversité sur la route du succès. En 2007, alors que la première production de l'entreprise devait sortir, Joe, fils d'Angela et de Kevin alors âgé de cinq ans, a reçu un diagnostic de leucémie lymphatique aiguë. Trois ans et demi de chimiothérapie à faible dose ont été nécessaires pour vaincre la maladie et, aujourd'hui, Joe poursuit la tradition familiale en accumulant des connaissances sur le vin au travers d'expériences vécues et en s'étant inscrit à une formation Viticulture et Œnologie à la Washington State University. La cuvée « Tough Guy » (qui signifie « dur à cuire ») d'EFESTĒ, un assemblage cabernet sauvignon et merlot, a été inspirée par le surnom donné à Joe par son docteur pendant son traitement. 20 % des revenus des ventes de ce vin sont directement reversés à la Leukaemia and Lymphoma Society.

En tant que domaine basé dans l'ouest de l'État de Washington avec des vignobles dans l'est de l'État, EFESTĒ a dû surmonter des obstacles logistiques, ne serait-ce qu'à cause du climat, qui varie considérablement de l'ouest à l'est. La tâche d'inspecter régulièrement les vignobles, et toutes les semaines

à l'approche des vendanges, revient à Mark Fiore, principal maître de chai, afin de déterminer le moment opportun pour cueillir le raisin puis organiser la logistique du transport vers Seattle, en veillant à ce qu'il ne se détériore pas. Si EFESTĒ parvient à augmenter sa production et à passer de 13 000 caisses à 20 000 ou plus par an, l'installation d'un fouloir dans l'est de l'État sera envisagée.

La fermeture des deux salles de dégustation pendant la pandémie a été un choc, mais la famille a réagi avec résilience et créativité. Elle a tiré parti de ses forces, l'une d'entre elle étant la restauration, car Helen et Daniel avaient toujours assuré les services de traiteur des grands événements d'EFESTĒ. L'ajout d'une dimension culinaire leur a permis d'offrir une prestation complète à leurs clients, et, comme Angela le souligne : « Les gens voudront toujours un verre de vin ». Une tente abritant aliments, vins, T-shirts et cadeaux a suivi, ce qui a permis à EFESTĒ de réaliser l'une de ses meilleures années, avec, cerise sur le gâteau, la sortie d'un premier vin pétillant : Angie.

“ ”

En tant que domaine basé dans l'ouest de l'État de Washington avec des vignobles dans l'est de l'État, EFESTĒ a dû surmonter des obstacles logistiques, ne serait-ce qu'à cause du climat

In the blood

The award-winning EFESTÉ winery in Washington State was born from a long family tradition of wine making, with roots that go back to the Calabria region of Italy.



There is an English saying: “While the mice are away, the cats will play.” That is just what happened in 2005, when Professionnel du Vin Angela Taylor, and her mother Helen Ferrelli, travelled to Italy to celebrate Helen’s retirement. When they returned, it was to the news that her husband and father had turned their ‘garage’ business, making wine for family and friends, into a jointly-owned commercial enterprise. “They met a guy, got some grapes, and decided to make real wine,” Angela tells the *Revue*.

Angela’s father is Daniel Ferrelli, whose family moved from Italy to the USA during the Great Depression and Prohibition, living initially in Chicago before settling in the Seattle area in 1959. Daniel learnt about wine making from his grandfather in the basement of the family home. He continued the tradition in his garage, with the help of Angela’s boyfriend - subsequently husband - Kevin Taylor.

The founding philosophy of EFESTÉ was to let nature take the lead. They bought grapes grown in Eastern Washington and hired a full-time wine maker with expertise in native fermentation. In 2007 EFESTÉ planted its three vineyard estates in Eastern Washington - Angela’s Vineyard and Taylor Mag Vineyard



within the Red Mountain American Viticultural Area (AVA) and Oldfield Vineyard in the Yakima Valley AVA. It also sources grapes from many other vineyards within Washington State, including Bacchus, Sagemoor and Dionysus, all located on the banks of the Columbia River.

The family had to face personal adversity on the road to success. In 2007, just as the enterprise’s first release was due, Angela and Kevin’s five-year-old son, Joe, was diagnosed with Acute Lymphatic Leukaemia. It took three and a half years of low-dose chemotherapy to defeat the disease, and today Joe is following in the family tradition, learning about the wine business through real-life experience and applying to study Viticulture and Oenology at Washington State University. EFESTÉ’s Tough Guy is a bold blend of Cabernet Sauvignon and Merlot, named after the doctors’ nickname for Joe during his treatment, and 20% of the

sales of this wine go directly to the Leukaemia and Lymphoma Society.

As a winery based in West Washington with vineyards in East Washington, EFESTÉ has some logistical challenges to overcome, not least of which is the climate, which varies significantly from West to East. It is the task of Mark Fiore, EFESTÉ’s principal wine maker, to visit the vineyards regularly - weekly as harvest approaches - in order to determine when the grapes should be picked and then co-ordinate the logistics of transporting them to Seattle whilst ensuring their quality does not deteriorate. If EFESTÉ can increase its production from its current 13,000 cases to 20,000 or more annually, it will consider installing a crush pad in Eastern Washington.

Having to close their two tasting rooms during the pandemic was a shock, but the family responded

with resilience and creativity. They drew on their strengths, one of which was food, as Helen and Daniel had always catered for EFESTÉ’s big events. Adding food enabled them to offer a one-stop-shop to customers, and, as Angela pointed out: “everyone is still going to want a glass of wine.” A tent selling food, wine, T-shirts and gift items followed and 2021 turned into one of EFESTÉ’s best years ever, with the icing on the cake being the launch of its first sparkling wine, Angie.



As a winery based in West Washington with vineyards in East Washington, EFESTÉ has some logistical challenges to overcome, not least of which is the climate



Samossa d'agneau à la fribourgeoise

Ingrédients

Effilochée

1,5 kg de ragoût d'agneau (épaule)

Boulettes

4 grosses côtes de bettes
20 g d'huile de colza
10 g d'oignon haché
5 g de panure
Persil haché, sel, poivre

Émulsion

15 cl de lait
10 g de vert de côtes de bettes blanchi
1 g de mignonnette de poivre, sel

Purée

150 g de blanc de côtes de bettes
5 g de beurre en dés
1 cl de crème 35 %
Sel, poivre du moulin

Huile

10 g de vert de côtes de bettes
2 cl d'huile de colza

Samossa

4 feuilles vertes de côtes de bettes

Pour 4 personnes

Recette de Sandra Hayoz

Rôtisseur, Bailliage de la Suisse

Effilochée : faites cuire le ragoût d'agneau au four à couvert durant 2 heures. Lorsqu'il est cuit, retirez la viande sur une planche, réservez la sauce. Effilochez la viande et remettez-la dans la sauce, rectifiez l'assaisonnement.

Boulettes : à l'aide d'un emporte-pièce de 10 cm, réalisez 8 ronds dans le vert des côtes, puis blanchissez-les dans de l'eau salée, 1 minute à ébullition. Coupez en brunoise les pieds de côtes de bettes. Séchez-les sur un papier absorbant. Faites cuire 3 minutes doucement à couvert la brunoise dans l'huile de colza, ajoutez les oignons, assaisonnez. Retirez du feu, ajoutez la panure et le persil haché. Placez les ronds sur un papier cellophane. À l'aide d'une cuillère à soupe, remplissez le centre des feuilles. Refermez les boules en serrant le papier cellophane afin de leur donner une belle forme ronde.

Samossa : détaillez 4 grands rectangles dans les feuilles. Blanchissez-les dans de

l'eau salée 1 minute puis refroidissez-les immédiatement dans un bain d'eau glacée. Égouttez puis séchez la feuille sur un papier absorbant. Remplissez d'un petit peu d'effilochée et pliez la feuille en forme triangulaire afin d'obtenir un samossa.

Émulsion : chauffez dans une sauteuse tous les ingrédients et mixez.

Purée : faites cuire 10 minutes environ, dans de l'eau salée, les blancs. Égouttez, mixez. Ajoutez la crème 35 % et le beurre. Rectifiez l'assaisonnement.

Huile : hachez le vert des côtes. Mettez dans l'huile de colza et mixez.

Dressage

À l'aide d'une cuillère, formez une jolie larme de purée de côtes de bettes, placez un samossa au centre de l'assiette. À chaque extrémité, mettez une boulette. Avec une cuillère à soupe, formez un rond autour du samossa et déposez, de toute part, de l'huile verte.

Fribourg-style lamb samosas

Serves 4

Recipe by Sandra Hayoz

Rôtisseur, Bailliage of Switzerland

Preparation

Pulled lamb: Cover the lamb and cook in the oven for two hours. Once cooked, transfer the meat to a board, leaving the juices in the pan. Shred the meat and return it to the juices. Season to taste.

Dumplings: Using a 10cm biscuit cutter, cut out eight discs from the chard leaves and blanch them in salted boiling water for one minute. Dice the chard stalks and dry them on a paper towel. Cover and cook the diced stalks in the rapeseed oil for three minutes on a low heat, then add the onions and season to taste. Remove from the heat, add the breadcrumbs and chopped parsley. Lay out each chard leaf disc on a piece of cling film. Using a spoon, fill the centre of the leaves. Fold the dumplings into even spheres using the cling film to form their shape.

Samosas: Cut four large rectangles out of the leaves. Blanch them in salted water for one minute, then cool quickly in a bowl of iced water. Drain then dry them on a paper towel. Fill with a little of the pulled lamb, then fold the leaf into a triangle to make a samosa.

Emulsion: Fry all the ingredients and blend.

Purée: Cook the stalks in salted water for about 10 minutes. Drain then blend. Add the cream and butter. Season to taste.

Oil: Chop the chard leaves and blend with the rapeseed oil.

To serve

Place one samosa in the centre of the plate and position a dumpling at each of its corners. Drizzle a circle of the green oil around the samosa and garnish the plate with the chard purée in the shape of a teardrop.



Ingredients

Pulled lamb

1.5kg shoulder of lamb

Dumplings

4 large chard leaves with stalks
20g rapeseed oil
10g chopped onion
5g breadcrumbs
Chopped parsley, salt, pepper

Emulsion

150ml milk
10g blanched chard leaves
1g coarsely ground pepper, salt

Purée

150g chard stalks
5g butter, diced
10ml cream (35% fat content)
Salt, freshly ground pepper

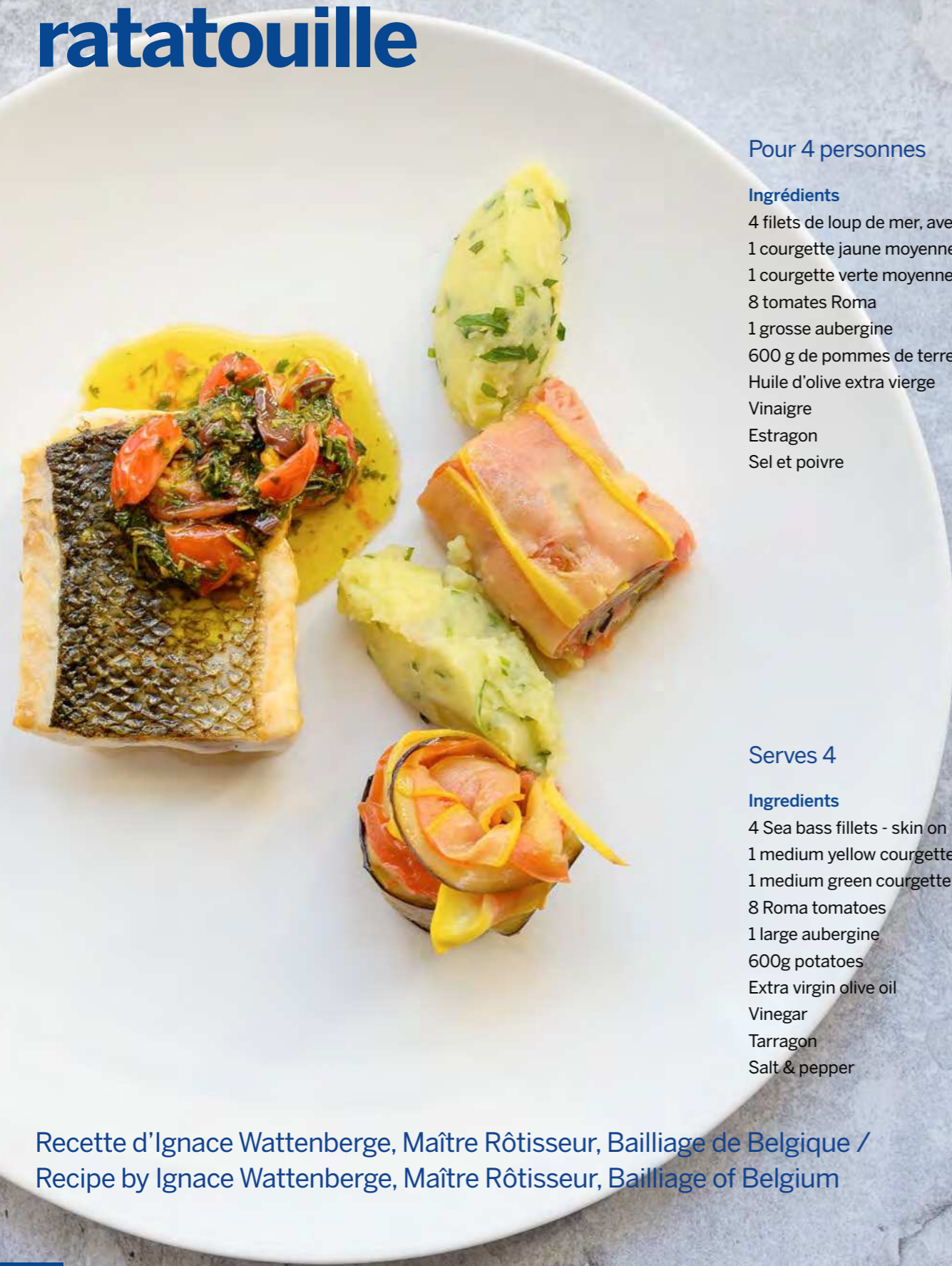
Oil

10g chard leaves
20ml rapeseed oil

Samosa

4 chard leaves

Loup de mer avec purée de pommes de terre et ratatouille



Pour 4 personnes

Ingrédients

- 4 filets de loup de mer, avec la peau
- 1 courgette jaune moyenne
- 1 courgette verte moyenne
- 8 tomates Roma
- 1 grosse aubergine
- 600 g de pommes de terre
- Huile d'olive extra vierge
- Vinaigre
- Estragon
- Sel et poivre

Serves 4

Ingredients

- 4 Sea bass fillets - skin on
- 1 medium yellow courgette
- 1 medium green courgette
- 8 Roma tomatoes
- 1 large aubergine
- 600g potatoes
- Extra virgin olive oil
- Vinegar
- Tarragon
- Salt & pepper

Recette d'Ignace Wattenberge, Maître Rôtisseur, Bailliage de Belgique /
Recipe by Ignace Wattenberge, Maître Rôtisseur, Bailliage of Belgium



Préparation

- Découpez les courgettes jaunes et vertes en longues lamelles, disposez-les en alternance, puis salez et poivrez. Versez un filet d'huile d'olive extra vierge. Ajoutez une couche de tomates Roma en tranches et assaisonnez à nouveau. Terminez par deux couches de lamelles d'aubergine. Enfourez à 180°C pendant 20 minutes en veillant à ce que toute l'eau de cuisson s'évapore, pour une texture parfaite sans être croustillante.
- Faites cuire les pommes de terre dans de l'eau bouillante puis réduisez-les en purée. Ajoutez l'estragon.
- Divisez la ratatouille en huit portions. Roulez quatre portions pour former une fleur et roulez les quatre autres en rouleau. (Voir la photo pour la suggestion de dressage).
- Faites dorer le loup à la poêle, côté peau. Salez et poivrez.
- Réchauffez l'huile d'olive avec un filet de vinaigre.
- Servez le loup de mer, peau sur le dessus, avec la vinaigrette d'olives noires et de tomates cerises, l'huile d'olive tiède et le vinaigre, des quenelles de purée de pommes de terre et les rouleaux et fleurs de ratatouille.

Vous devrez également préparer une vinaigrette d'olives noires et de tomates cerises à partir de la recette suivante, ou selon une recette personnelle si vous préférez.

- 125 ml de jus de citron frais
- 2 cuillères à café de moutarde de Dijon
- 185 ml d'huile d'olive extra vierge

- 16 tomates cerises, coupées en deux
- 24 olives Kalamata ou olives noires en saumure, dénoyautées et coupées en deux

Mélangez le jus de citron et la moutarde. Ajoutez progressivement l'huile d'olive, en émulsifiant le mélange. Ajoutez les tomates et les olives. Salez et poivrez.

Sea bass with mashed potatoes and ratatouille

Preparation

- Make long strips of yellow and green courgettes, lay them alternately and season with salt and pepper. Drizzle over a little extra virgin olive oil. Add a layer of sliced Roma tomatoes and season again. Finish with two layers of aubergine. Cook for 20 minutes at 180°C and ensure as much moisture as possible is extracted during the cooking process so the vegetables are dry, but not crisp.
- Boil and mash the potatoes. Mix in the tarragon.
- Divide the ratatouille into eight. Roll four of the portions into a flower and leave the other four flat. (See photo for plating guidance).
- Fry the sea bass on the skin and season with salt and pepper.
- Warm the olive oil with some vinegar.
- Serve, skin side up, with the vinaigrette of black olives and cherry tomatoes, the warmed olived oil and vinegar, scoops of mashed potato and the aubergine rolls.

You will also need to prepare a vinaigrette of black olives and cherry tomatoes using the following or your own recipe if preferred.

- 125ml fresh lemon juice
- 2 teaspoons Dijon mustard
- 185ml extra virgin olive oil
- 16 cherry tomatoes, halved
- 24 Kalamata or other brine-cured black olives, pitted and halved

Whisk together lemon juice and mustard. Add oil in a slow stream, whisking until emulsified. Stir in tomatoes, olives, and salt and pepper to taste.



“ ”

Après cette remise en état essentielle, leur attention a pu se porter sur la création d'un espace de repos, incluant un lit pliant

Having carried out essential maintenance, their attention turned to sticking-up and building a living area to include a fold-up bed

4L Trophy : que l'aventure commence !

La Revue s'est à nouveau entretenue avec le duo sponsorisé par l'ACCR qui prendra part en mai à l'une des plus grandes missions humanitaires européennes : le 4L Trophy.



Ces jeunes gens s'appellent tous les deux Grégoire, sont âgés de 22 ans et sont étudiants en grande école. Ils ont créé La Grégolade pour venir en aide à des populations défavorisées et consacreront leurs vacances à acheminer des denrées alimentaires et des fournitures scolaires à des enfants démunis au Maroc.

Les deux Grégoire partiront du sud de la France et se rendront dans un village du sud du Maroc. Leur premier défi a été de dénicher une Renault 4 classique et de la ramener à Paris. Ce trajet leur a pris 18 heures, en roulant toute la nuit, mais s'est avéré un exercice utile pour prouver que le véhicule pouvait

tenir une telle distance sans aucune panne. « Nous étions tous les deux épuisés mais confiants quant à la voiture ».

Depuis, la voiture, sortie des lignes de production il y a 50 ans, est pourtant tombée en panne, avec des fuites d'eau et d'huile. Les deux Grégoire ont réalisé qu'un arrêt au garage était indispensable pour s'assurer que la voiture puisse supporter le long voyage jusqu'au Maroc. Après cette remise en état essentielle, leur attention a pu se porter sur la création d'un espace de repos, incluant un lit pliant. Les derniers préparatifs au début du mois de mars ont compris quelques dernières réparations du moteur,

un essai de deux ou trois nuits en bivouac dans la voiture pour tester son confort, et la collecte de denrées alimentaires et de fournitures scolaires auprès de leurs familles et amis, qu'ils distribueront aux enfants au Maroc.

« Sans l'ACCR, rien n'aurait pu être possible. La voiture répond parfaitement à nos objectifs et nous sommes mentalement prêts pour relever ce défi. Nous avons hâte que l'aventure commence. »

Lancé il y a 25 ans, le 4L Trophy est déjà venu en aide à plus de 240 000 enfants en distribuant 10 tonnes de denrées alimentaires chaque année, soit un peu plus de 20 000 repas.

4L Trophy: the challenge begins

The Revue catches up with the two-man team, sponsored by the ACCR, taking part in one of Europe's biggest humanitarian events, the 4L Trophy, this May.

Their names are both Grégoire, they are both 22 years old and students at a top engineering school. They founded 'La Gregalade' to help people from deprived areas, and will dedicate their own holiday time to driving food and school supplies to underprivileged children in Morocco.

The two Grégoires will depart from the south of France and travel to a village in southern Morocco. Their first challenge, however was to acquire their vehicle - a vintage Renault 4 - and drive it back to Paris. It was a trip that took 18 hours, with the pair driving through the night, but it was a useful exercise in proving

that the vehicle could sustain such a length of journey without a break. "We were both exhausted, but optimistic about the car."

Since then the car, which rolled off the production line 50 years ago, has broken down, with steam and oil escaping from the engine. The two Grégoires realised a garage pit stop was in order so they could be certain it would withstand the rigours of the long trip to Morocco. Having carried out essential maintenance, their attention turned to sticking-up and building a living area to include a fold-up bed. Final preparations (as at the beginning of March) include some final repairs to the engine,

a trial run of two or three nights sleeping in the car to make sure it is comfortable, and organising the collection of food and school supplies from friends and family to be distributed to the children in Morocco.

"Without the ACCR, nothing would have been possible. The car is exactly the one we need, and we feel mentally ready for the challenge. We can't wait to start the adventure."

Founded 25 years ago, the 4L Trophy has helped more than 240,000 children by distributing 10 tonnes of food each year, equating to a little over 20,000 meals.

Une amélioration constante

2021 a été une nouvelle année d'amélioration pour l'OMGD, malgré les défis continus présentés par la pandémie, sans pouvoir organiser d'activités en présentiel en particulier au cours des six premiers mois.

A lors que le nombre global d'adhésions à la Chaîne est resté relativement constant, l'OMGD a poursuivi une croissance régulière, et au 31 décembre 2021, elle comptait 4 241 membres dans 51 pays. En termes de pourcentage, cela signifie que l'OMGD représente 21 % du total des membres, contre 19 % en 2020 et seulement 4 % en 2014.

Nos événements en ligne sur le vin, organisés mensuellement, ont débuté en mars 2021 et n'ont cessé de gagner en popularité. En outre, de nombreux Bailliages nationaux ont également repris les événements en présentiel. Vous pouvez lire des articles sur ces derniers dans les actualités en ligne la Chaîne.

Le Comité international a commencé à planifier la reprise du Grand Chapitre international annuel de l'OMGD cette année, qui se tiendra cette année du 7 au 11 septembre 2022 à Budapest, en Hongrie.

Tournons-nous vers 2023

Alors que le rétablissement mondial suite à la pandémie de COVID-19 se poursuit, nous prévoyons une reprise complète de toutes les activités en présentiel

de l'OMGD prévues pour tous les Bailliages, en 2023. Par conséquent, les objectifs et les activités planifiées du Comité international de l'OMGD seront axés sur les points suivants :

- L'amélioration continue et le développement de la base d'adhérents de l'OMGD, en termes de nombre de membres et de pays.
- Approcher personnellement les Baillis Délégués et les Échansons des pays non membres de l'OMGD pour les encourager et les aider à initier et mettre en place la structure de l'OMGD dans leurs pays respectifs.
- Promouvoir et faire connaître l'OMGD aux membres de la Chaîne non membres de l'OMGD, en les encourageant ainsi à rejoindre l'organisation.
- Aider les Baillis Délégués et les Échansons des pays membres actuels de l'OMGD à atteindre leurs objectifs de développement et à organiser les activités prévues.
- Assurer le partage des meilleures pratiques en matière d'événements et d'activités connexes entre les pays membres de l'OMGD.
- Tenir avec succès le Grand Chapitre International Annuel de l'OMGD en 2022, et rechercher

de nouveaux lieux pour les années à venir.

J'aimerais profiter de cette occasion pour remercier le Président Atallah, les membres du Conseil d'Administration et du Conseil Magistral, ainsi que mes collègues du Comité International de l'OMGD pour leur précieux soutien.

Je tiens également à remercier tous les Baillis Délégués et les Échansons de leurs efforts continus et de leur engagement visant à faire passer l'OMGD au niveau supérieur.

Vive la Chaîne et vive l'Ordre Mondial !

Mohamed Hammam
Président, Comité International de l'OMGD
Membre du Conseil d'Administration



Steadily improving

2021 has been yet another year of improvement for OMGD despite the ongoing challenges of the pandemic, with no physical activities being held, especially during the first six months.

Whilst we have seen overall Chaîne membership remaining relatively constant, the OMGD has continued its steady growth, and as of December 31, 2021 had 4,241 members in 51 countries. In percentage terms, this means OMGD represents 21% of the total membership, compared to 19% in 2020, and only 4% in 2014.

Our monthly virtual online wine events commenced in March 2021 and have continued to gain in strength to date. Furthermore, many national Bailliages have also resumed physical events, about which you can read on the News Online website.

The International Committee has begun planning to resume the Annual International OMGD Grand Chapitre this year, which will be held on September 7 - 11, 2022 in Budapest, Hungary.

Looking ahead to 2023

As the global recovery from the COVID-19 pandemic continues, we are planning for a full resumption of all planned OMGD physical activities for all Bailliages in 2023. Therefore, the International OMGD Committee's objectives and planned activities will be focused on the following:

- The continuous improvement and further development of OMGD

membership, both in number of members and countries.

- Personally approaching the Baillis Délégués and Échansons of non-OMGD member countries to encourage and assist them to initiate and set up the OMGD structure in their respective countries.
- Promoting and creating awareness of the OMGD among non-OMGD Chaîne members, thus encouraging them to join the society.
- Assisting the Baillis Délégués and Échansons of current OMGD member countries to achieve their development targets and planned activities.
- Ensuring sharing of best practice of events and related activities among OMGD member countries.
- Successfully holding the 2022 Annual International OMGD Grand Chapitre, and seeking new locations/venues for future years.

I would like to take this opportunity to thank President Atallah, the members of the Conseil d'Administration and Conseil Magistral, as well as my fellow members of the International OMGD Committee for their invaluable support.

I would also like to thank all the Baillis Délégués and Échansons for their continued efforts and commitment to take the OMGD to the next level.

Vive la Chaîne & Vive l'Ordre Mondial

Mohamed Hammam
Chair, OMGD
International Committee
Member of the Conseil d'Administration





Andrew s'est donné pour mission d'inciter les jeunes professionnels à entrer dans le secteur de l'hôtellerie-restauration, et de les soutenir dans leur développement personnel.

Une collection emblématique



Le Maître Hôtelier Andrew Stembridge incarne la vision stratégique d'Iconic Luxury Hotels, dont il est la force motrice. Ce groupe rassemble une collection d'hôtels parmi les plus prestigieux du Royaume-Uni, notamment Cliveden, Chewton Glen, Lygon Arms, 11 Cadogan Gardens et The Mayfair Townhouse.

La carrière d'Andrew Stembridge est riche en réalisations et en temps forts personnels. À l'âge de 30 ans seulement, il devenait Directeur général de l'hôtel The Scotsman, un établissement cinq étoiles. Il est aussi la personne la plus jeune élue « Hôtelier de l'année », titre décerné par ses pairs du secteur en 2010, et il est fier d'avoir placé le Cliveden sur la scène mondiale, accueillant le Duc et la Duchesse de Sussex lors du mariage royal.

Diplômé de la Scottish Hotel School de l'université de Strathclyde, avec des mentions en Gestion hôtelière et en Tourisme, Andrew est resté en Écosse au début de sa carrière, occupant des postes à Gleneagles, One Devonshire Gardens et au sein de l'équipe fondatrice de Malmaison à Édimbourg et à Glasgow, avant de s'installer aux États-Unis.

À son retour au Royaume-Uni quelques années plus tard, Andrew a effectué une première mission à Chewton Glen, quittant l'établissement pour réaliser son objectif de devenir Directeur général d'un hôtel cinq étoiles avant ses 30 ans. Deux ans plus tard, en 2003, il retournait à Chewton Glen en tant que Directeur. Son rôle actuel est dérivé de ce poste et, en 2017, il a créé le groupe Iconic Luxury Hotels (ILH).

Fort d'une carrière qu'il décrit comme plus passionnante et gratifiante qu'il n'aurait jamais pu l'imaginer, Andrew s'est donné pour mission d'inciter les jeunes professionnels à entrer dans le secteur de l'hôtellerie-restauration, et de les soutenir dans leur développement personnel. Il a occupé pendant deux ans le poste de Président du Master Innholders, groupe influent du secteur hôtelier, période durant laquelle il a joué un rôle clé dans la création du diplôme « Master Innholders Aspiring Leaders Diploma », qui continue de gagner en force. Au sein du groupe Iconic Luxury Hotels, il a établi l'« ILH Leadership Conference », une initiative innovante du secteur visant à former les leaders de demain et, fondamentalement, à garantir que : « Chaque membre de l'équipe ait un bon patron ». Il a également créé l'« ILH Team Charter », qui assure que les membres des équipes travaillent dans un environnement dans lequel ils peuvent s'épanouir.

Fier membre de la Chaîne depuis une dizaine d'années, Andrew explique à la *Revue* : « Nous partageons les mêmes valeurs et nous nous efforçons de proposer une expérience de qualité avec des mets exceptionnels et un service remarquable. L'équipe a pris plaisir à relever le défi d'organiser plusieurs dîners de la Chaîne véritablement



mémorables et conviviaux dans nos établissements, et plusieurs jeunes membres de nos brigades ont été encouragés à participer aux concours de la Chaîne ».

Andrew participe activement à des initiatives de levée de fonds. En plus de deux participations au Marathon de Londres, il a pris part à l'organisation de deux épreuves longue distance à vélo entre Londres et Reims, levant plus de 50 000 GBP au profit de l'organisme caritatif « Hospitality Action ».

Toujours plus audacieux en affaires, en décembre 2020, alors que la pandémie battait son plein, Andrew a ouvert The Mayfair Townhouse, nouvel hôtel de 172 chambres situé en plein cœur du quartier de Mayfair à Londres. Il a la conviction qu'ILH et son équipe de 900 collaborateurs se développeront plus encore en 2022, forts d'une solide culture centrée sur le personnel qui est au cœur du caractère unique de tous ses établissements.

An iconic collection

Maitre Hôte Andrew Stembridge is the driving force and strategic vision behind Iconic Luxury Hotels, a collection of some of the UK's most notable hotels including Cliveden, Chewton Glen, Lygon Arms, 11 Cadogan Gardens and The Mayfair Townhouse.



Andrew Stembridge's career is rich with achievements and personal highlights. He was just 30 years old when he became the General Manager of the five-star The Scotsman Hotel. He was also voted the youngest ever 'Hotelier of the Year' by his industry peers in 2010, and is proud to have put Cliveden on the map, welcoming the Duke and Duchess of Sussex for the Royal Wedding.

Having graduated from the Scottish Hotel School at the University of Strathclyde with Joint Honours in Hotel Management & Tourism, Andrew remained in Scotland for the early part of his career, holding positions at Gleneagles, One Devonshire Gardens and as part of the opening team for Malmaison in both Edinburgh and Glasgow before moving to the USA.

On his return to the UK a couple of years later, Andrew began his first stint at Chewton Glen, leaving only to fulfil his goal of becoming the General Manager of a five-star property by the age of 30. Two years later, in 2003, he returned to Chewton Glen as Managing



Director. His current role has developed from that position, and in 2017 he founded Iconic Luxury Hotels (ILH).

Having enjoyed a career that he describes as more exciting and rewarding than he could ever have imagined, Andrew is passionate about attracting young people into the hospitality industry, and helping with their personal development. Whilst undertaking a two-year stint as Chairman of The Master Innholders he was instrumental in the conception of the Master Innholders Aspiring Leaders Diploma which continues to go from strength-to-strength. Within Iconic Luxury Hotels he established the ILH Leadership Conference which is a market-leading initiative to develop future leaders in the business and ultimately ensure that: "we give every member of

the team a good boss." He has also created the ILH Team Charter, which provides assurance that every member of the team works within an environment in which they can flourish.

A proud member of the Chaîne for the last decade, Andrew tells the *Revue*: "We share the same values of delivering quality with exceptional food and wonderful service. The team have enjoyed rising to the challenge of hosting a number of truly memorable and wonderfully convivial Chaîne dinners in our properties, and several of our young team members have been inspired to enter Chaîne competitions."

Andrew is also an active charity fundraiser. As well as having run the London Marathon twice, he has masterminded two long-distance

cycle challenges from London to Reims, raising in excess of £50,000 for Hospitality Action.

Not afraid of being bold in business, Andrew opened The Mayfair Townhouse, a new 172-room hotel in the heart of Mayfair in December 2020, in the middle of the pandemic. He is confident that ILH will grow in 2022, adding to the 900-strong team and building on the strong people-centric culture and DNA which adds to the uniqueness of all of its properties.



Andrew is passionate about attracting young people into the hospitality industry, and helping with their personal development

Un avenir vert

Les régimes alimentaires à base de plantes représentent l'une des plus grandes tendances mondiales du secteur de la restauration.

Dans une lettre datée du 30 mars 1954, Albert Einstein écrivait : « Je vis sans graisse, sans viande, sans poisson, mais je me sens plutôt bien ainsi. Il me semble toujours que l'Homme n'est pas né pour être carnivore* ».

Que l'Homme soit né pour être carnivore ou pas, les êtres humains consomment de la viande et l'apprécient depuis la nuit des temps. Pourquoi donc les scientifiques nous poussent-ils à modifier notre régime alimentaire afin d'inclure moins de viande et davantage de plantes ?

La réponse est, en partie pour réduire les émissions de gaz à effet de serre qui contribuent au changement climatique, en partie pour stopper la perte de biodiversité et la déforestation provoquées par des pratiques agricoles intensives ayant pour objectif de produire de la viande à moindre coût, et en partie parce que de plus en plus de recherches démontrent qu'un régime alimentaire à base de plantes est plus sain.

L'an passé, les Nations unies ont qualifié le changement climatique de « code rouge pour l'humanité ». Selon les Nations unies, près d'un quart des émissions de gaz à effet de serre mondiales proviennent de l'agriculture et de l'utilisation connexe des terres. En outre, plus de 14 % des gaz à effet de serre d'origine humaine, dont le méthane, sont dérivés de l'impact du bétail et, plus particulièrement, des bovins. Les populations mondiales

sont appelées à agir pour éviter une catastrophe climatique, en prenant des mesures audacieuses à grande échelle, telles que l'abandon des combustibles fossiles, et des mesures à une échelle plus individuelle, telles qu'un changement de régime alimentaire.

Les voix de militants faisant la promotion de l'adoption systématique d'un régime végétarien gagnent en puissance. La campagne de sensibilisation de Veganuary, une organisation qui encourage le public autour du monde à s'essayer au végétarisme, a remporté son plus grand succès en janvier 2022, avec la participation de plus de 629 000 personnes dans 228 pays et territoires dans le monde entier. Et pour la première fois dans l'histoire de l'événement, la majorité des participants venaient des États-Unis.

La croissance du mouvement végétarien a peut-être été spectaculaire, mais elle ne représente qu'une petite tendance dans le contexte de la population mondiale. Pour la plupart des gens, et certainement à court terme, la réduction de la consommation de produits à base de protéines animales (ou de poisson) est une approche bien plus réaliste que l'abstinence totale. Dans un autre rapport, ProVeg International, organisation qui œuvre pour une sensibilisation mondiale à une alimentation responsable, a analysé les données des ventes européennes et les résultats d'une enquête européenne sur la consommation pour révéler qu'en Europe,

l'Allemagne ouvre la voie, 51 % des Allemands ayant réduit leur consommation de viande au cours de l'année passée.

De bien des façons, les membres professionnels de la Chaîne ont une longueur d'avance car ils mettent l'accent sur les produits frais de saison de grande qualité, sur la provenance des ingrédients et sur le respect de l'environnement. Il ressort clairement des entretiens entre la Revue et les Chefs que l'innovation à base de plantes figure en tête de leur ordre du jour, et que les Chefs ont pleinement pris conscience de l'importance du développement durable dans la chaîne alimentaire.

Les jeunes chefs aujourd'hui en formation ou à l'aube de leur carrière vont devoir faire face à ces défis et seront la génération chargée de développer des solutions. Ils devront apprendre à composer avec des protéines alternatives et les incorporer dans la grande cuisine. Alors que les protéines alternatives déjà bien établies comprennent les légumineuses, les fruits à coque, les champignons et les céréales, les menus de demain proposeront davantage de protéines d'insectes (déjà communément utilisées dans de nombreuses cuisines), des substituts de viande de synthèse et de fermentation, tels que ceux à base de microorganismes naturels, ainsi que du soja, du riz, des pois et des plantes aquatiques. Notre système alimentaire est en pleine mutation, et nous devons évoluer avec lui.



Les membres professionnels de la Chaîne ont une longueur d'avance car ils mettent l'accent sur les produits frais de saison de grande qualité, sur la provenance des ingrédients et sur le respect de l'environnement

A green future

One of the biggest worldwide trends in the food and drink sector is towards a more plant-based diet.



In a letter dated March 30, 1954, Albert Einstein wrote: "I am living without fats, without meat, without fish, but am feeling quite well this way. It always seems to me that man was not born to be a carnivore."*

Whether or not man was born to be a carnivore, human beings have been eating and enjoying meat for time immemorial. Why, therefore, are scientists insisting that our diets need to change to include less meat and more plants?

The answer is partly to reduce greenhouse gas emissions that are contributing to climate change, partly to halt the loss of biodiversity and deforestation resulting from intensive farming practices aimed at producing cheap meat, and partly as a result of growing evidence that a plant-based diet is a healthier one.

Last year, the United Nations (UN) declared a 'Code Red for Humanity' over climate change. According to the UN, almost one quarter of global greenhouse gas emissions come from agriculture and related land use. In addition, more than 14% of all man-made greenhouse gases, including methane, are derived from the impact of livestock - most significantly cattle.



People around the world are being urged to take action to prevent a climate catastrophe, by taking big steps, such as a large-scale move away from fossil fuels, and smaller steps, such as individuals changing their diet.

The voice of campaigners promoting a wholesale switch to a vegan diet is increasing in volume. Veganuary, the organisation encouraging people to try vegan around the world, enjoyed its biggest ever awareness month in January 2022, when more than 629,000 people from 228 countries and territories around the world took part. For the first time in the history of the event, more people signed up from the USA than any other country.

The growth of the vegan movement may have been dramatic, but it is still tiny in the context of global population. For most people - certainly in the short term - reduction is probably a more realistic approach

than complete avoidance of any animal (or fish) derived products. In a separate report, global food awareness organisation ProVeg International analyses European sales data and the results of a consumer survey and reveals that in Europe, Germany is leading the way, with 51% of Germans reducing their meat consumption in the past year. In many ways, Chaîne professional members are ahead of the curve, with an emphasis on using quality, fresh and seasonal produce, the provenance of ingredients, and respect for the environment. It is clear from the interviews that the Revue conducts with chefs, that plant-based innovation is high on the agenda, and chefs are acutely aware of the importance of sustainability within the food supply chain.

Young chefs training or starting out on their careers today are going to be facing these challenges and will be the generation tasked with

developing solutions. They will need to be cognisant with alternative proteins and how to use them in fine-dining. Whilst established alternative proteins might include pulses, nuts, mushrooms and grains, menus in the future will feature more insect proteins (already widely in use in many cuisines) as well as cultured and fermented meat substitutes, such as those developed from natural microorganisms, as well as soy, rice, pea and aquatic plants. Our food system is changing, and we must respond and change with it.



Chaîne professional members are ahead of the curve, with an emphasis on using quality, fresh and seasonal produce, the provenance of ingredients, and respect for the environment

* Published in *The Expanded Quotable Einstein*, collected and edited by Alice Calaprice.

Visite culinaire au Pays du soleil levant

Au Japon, la gastronomie est un art. La capitale Tokyo ouvre la voie, comptant davantage de restaurants étoilés au Michelin qu'aucune autre ville du monde.



Les visiteurs qui souhaitent déguster des délices culinaires japonais s'orientent généralement vers les classiques, comme le sushi, le tempura ou le steak wagyu. Et si ces envies doivent être satisfaites, réservez du temps lors de votre prochaine visite pour découvrir comment les meilleurs chefs du moment insufflent de la créativité et une nouvelle dimension gustative à ces grands classiques traditionnels. Et pourquoi ne pas commencer par le tempura de figue de Yoshiatsu, dans le district d'Ebisu. Son extérieur croustillant complète parfaitement le moelleux sucré du fruit, tandis que sa sauce crémeuse au sésame ajoute une sensation riche en bouche.

Ou que diriez-vous d'une gelée de crabe, avec des tranches ultrafines de pomme et de crabe dans une gelée aromatisée au « dashi » (bouillon) aux riches saveurs d'umami. La garniture d'œufs de crabe apporte de la profondeur et une touche iodée à ce plat rafraîchissant.

Beaucoup d'établissements



“ ”

En général, les grands chefs japonais évitent l'ajout d'ingrédients tendance, de même qu'ils n'apportent jamais de changements juste pour être différents

spécialisés en tempura proposent de la citrouille frite. Certains s'attaquent au défi, en termes de température, de la cuisson d'un morceau épais de patate douce. Mais le meilleur tempura est indubitablement « l'ebi imo », qui signifie littéralement « pomme de terre crevette » et qui tient son nom des rayures inhabituelles de la peau de ce légume. L'extérieur croustillant protège la chair aérée et moelleuse qui rappelle la texture d'une purée de pomme de terre.

Pour un plat plus léger l'été, le sashimi servi dans une soupe « ponzu » froide à Shu, dans le quartier d'Azabu Juban, est recommandé. Équivalent japonais de la vinaigrette, à base de sauce soja et d'un dashi élaboré à la perfection, le ponzu nécessite un équilibre délicat entre l'acidité des agrumes et l'umami du « kimbu » (varech). Concombre croustillant et « junsai » rare (légume qui pousse dans de

l'eau douce, également appelé « bouclier d'eau ») ajoutent de la texture à cette célébration du meilleur de la saison.

L'hiver est la meilleure période pour le sushi, car dans les eaux froides, le poisson se dote d'une couche de gras plus savoureuse. L'exception à la règle est le « sayori », ou demi-bec japonais. Sa saveur délicate rappelle celle du « fugu » (poisson-globe). Si ce poisson est délicieux seul, la préparation signature de Fujimori, dans le quartier de Nishi-Azabu, le sublime véritablement. Un jaune d'œuf frais vient lui conférer la richesse d'un poisson plus gras. Les « menegi », ou pousses d'oignon vert, offrent un contraste croustillant à l'œuf. La sauce soja ajoute des saveurs salées et de l'umami pour créer un plat à la fois riche et léger, véritable transition entre les saisons.

Parfois, l'innovation reste discrète. Par exemple, du bœuf à l'aspect de

wagyu légèrement poêlé peut en réalité cacher une variété rare de bœuf japonais nourri aux herbes médicinales chinoises, selon la philosophie que des vaches saines et heureuses produisent de la meilleure viande.

Ce bœuf est délicieux grillé, de même qu'en fines tranches pour le « shabu shabu », fondue japonaise traditionnelle, accompagné de baies « sansho », fruits d'un arbuste caduc connu sous le nom de poivrier citronné.

En général, les grands chefs japonais évitent l'ajout d'ingrédients tendance, de même qu'ils n'apportent jamais de changements juste pour être différents. Ils recherchent plutôt des moyens d'accentuer les profils gustatifs existants. Les résultats sont parfois subtils, mais pour les vrais gastronomes, c'est ce qui les rend d'autant plus spectaculaires.



A culinary visit to the 'land of the rising sun'

Fine dining in Japan is an art form. Capital city, Tokyo, leads the way, boasting more Michelin-starred restaurants than any other city in the world.



In general, top Japanese chefs avoid tossing in trendy ingredients or making changes simply to be different

Visitors keen to sample some of Japan's culinary delights usually head straight to the classics, such as sushi, tempura, or wagyu steak. While that's an itch that must be scratched, set aside some time on your next visit to see how today's top chefs are bringing creativity and new taste dimensions to traditional favourites.

A great place to start is the fig tempura at Yoshiatsu in the Ebisu district. The crispness of the outside is a perfect complement to the sweet softness of the fruit, and the creamy sesame sauce adds a rich mouthfeel.

Or what about a crab gelée, with ultra-thin slices of apple and crab, covered in a gelée flavoured with an umami-rich 'dashi' (stock). Sprinklings of crab roe add depth and a hint of the sea to this refreshing dish.

Many tempura shops serve deep-fried pumpkin. A few tackle the temperature control nightmare that is a thick chunk of sweet potato. Arguably the tastiest of all is the 'ebi imo', or shrimp potato, which gets its name from the unusual stripes on its skin. The crunchy outside protects a soft, fluffy, mashed potato-like inside.

For a lighter dish in summer, the sashimi in chilled 'ponzu' soup at Shu, in Azabu Juban, is recommended. Arguably the Japanese answer to vinaigrette, a perfect ponzu, which is a soy-based sauce, requires a delicate balance between the tartness of the citrus and the umami of the 'kombu' (kelp), built upon a base of perfect dashi. Crunchy cucumbers and rare 'junsai' (a vegetable that grows in fresh water, also known



as water shield) add texture to this celebration of the best the season has to offer.

Winter is the best time for sushi, as colder waters mean the fish carry more flavourful fat. One exception to that rule is 'sayori', or Japanese halfbeak. Its delicate flavour is reminiscent of 'fugu' (blowfish). While it's delicious on its own, the signature preparation at Fujimori in Nishi-Azabu takes it to a whole new level. A fresh egg yolk provides the smooth mouthfeel of a fattier fish. 'Menegi', or young green onion shoots, are a crisp contrast to the egg. Soy sauce adds salt and umami, creating a dish that is simultaneously light and hearty, a bridge between the seasons.

Sometimes the innovation remains hidden. For instance, beef with the appearance of a lightly-seared

wagyu may actually be a rare type of Japanese beef that has been fed Chinese medicinal herbs in accordance with the philosophy that healthy, happy cows produce tastier beef.

This beef is delicious grilled, but it's also excellent when sliced thinly for use in 'shabu shabu', a traditional Japanese hotpot, and served with 'sansho' flowers, from a deciduous shrub known as the Japanese pepper plant.

In general, top Japanese chefs avoid tossing in trendy ingredients or making changes simply to be different. Instead they look for ways to accentuate different elements of the existing taste profile. Sometimes the results can be subtle, but for the true gourmet, that makes them all the more spectacular.



Elles ont toutes une histoire différente et Helen veille à choisir des arômes que personne d'autre ne propose



Les arômes uniques d'Olivo

Il y a vingt ans, une bibliothécaire originaire de Manchester en Angleterre, Helen Meehan (Bailli de Wellington) et son époux John ont racheté l'une des plus anciennes oliveraies commerciales de Nouvelle-Zélande, et ont entrepris d'apposer leur touche personnelle sur l'exploitation.

La Nouvelle-Zélande est un nouveau venu dans la production d'olives. Les premières oliveraies commerciales ont été plantées il y a une trentaine d'années. Le domaine Olivo dans le Martinborough compte 1 200 oliviers. Un grand nombre des premières variétés plantées ont été expérimentales. L'olive Barnea, développée en Israël, a été la

première plantée, suivie par la Manzanillo, venue d'Espagne. Les deux prospèrent toujours. Helen et John ont ensuite planté les variétés toscanes Leccino et Frantoio, ainsi que l'olive grecque Koroneiki. Elles remportent toutes régulièrement des médailles.

Helen et John sont aussi devenus des pionniers des huiles infusées,

élaborées à partir d'huile extra vierge de la plus haute qualité, en infusant le fruit dans l'huile plutôt qu'en le pressant avec les olives. Aujourd'hui, Helen confectionne huit infusions artisanales : citron, orange, laurier, paprika fumé, fenouil, cumin, cèpes et vanille. Elles ont toutes une histoire différente et Helen veille à choisir des arômes que personne d'autre ne propose.

Les cèpes et le laurier ont été les deux premiers arômes. « Les cèpes, parce que je pensais que le processus serait semblable à celui de l'huile à la truffe, et le laurier, parce que j'ai un arbre immense dans le jardin », explique Helen à la *Revue*.

Les huiles au citron et à l'orange plaisent aux papilles néozélandaises friandes de saveurs fruitées. Si l'Italie produit d'excellentes huiles d'olive au citron, l'inspiration d'Helen pour celle à l'orange se rapporte à ses racines dans la ville de Manchester. « J'adore la marmelade, et l'huile d'olive infusée à l'orange offre ce mariage entre légère amertume et sucré. Je fais une mousse au chocolat à l'orange avec cette huile ».

L'infusion au paprika fumé a été inspirée par un séjour en Espagne, et celle au cumin, par un voyage en Égypte. « La couleur rouge intense de l'huile au paprika fumé ressort merveilleusement sur une assiette blanche, et celle au cumin est excellente dans les plats du Moyen-Orient ou les curry indiens ».

La saveur anisée du fenouil s'accorde à la perfection avec les plats de poisson, mais Helen l'utilise aussi dans les gâteaux au chocolat pour intensifier les saveurs. Son huile à la vanille est la plus originale. Des gousses de vanille de grande qualité sont infusées dans l'huile pendant des mois. C'est un agréable accompagnement des fruits de mer, mais elle peut également être utilisée dans les glaces ou la panna cotta.

Olivo possède la seule salle de dégustation du Martinborough, qui est devenue une destination prisée aux côtés des nombreux domaines viticoles de la région. L'huile infusée aux cèpes y est la plus populaire. Selon Helen, la Chaîne est une « merveilleuse organisation ». Elle a rejoint la Confrérie en 2017 et a été promu Bailli début 2021. Être membre, confie-t-elle, lui permet de combiner sa passion pour la bonne chère et les bons vins avec l'esprit de camaraderie qui fait la réputation de la Chaîne. Sa mission, qu'elle partage avec John, est de placer leur pays adoptif sur la scène mondiale à la fois pour la qualité de ses produits et pour l'excellence de ses vins.



The unique flavours of Olivo

Twenty years ago a librarian from Manchester, England - Helen Meehan (Bailli of Wellington) and her husband John, bought one of the oldest commercial olive groves in New Zealand and set about putting their own stamp on the enterprise.



New Zealand is a newcomer to the production of olives. The first commercial olive groves were planted around 30 years ago. The Olivo estate in Martinborough has 1,200 olive trees. Being one of the first groves, many were experimental. The Barnea olive from Israel was the first to be planted, followed by the Manzanillo from Spain. Both are still thriving. Helen and John have subsequently planted the Leccino and Frantoio Tuscan varieties together with the Koroneiki Greek olive. All are consistent medal winners.

Helen and John also became pioneers of infused olive oils only using top quality extra virgin oil and infusing the fruit in the oil rather than pressing it at the same time as the olives. Currently Helen handmakes eight infusions - lemon, orange, bay, smoked paprika, fennel, cumin, porcini and vanilla. They all have a different story behind them, and Helen's motivation is to choose flavours that no-one else is making. The infused oils started with porcini



and bay. "Porcini because I thought the process would be similar to a truffle oil, and bay because I have a huge bay tree in the garden," Helen told the *Revue*.

The lemon and orange oils suit the fruity Kiwi palate. Whilst Italy produces some lovely lemon olive oils, Helen's inspiration for the orange is closer to her Mancunian roots. "I love marmalade, and orange infused olive oil is that combination of slightly bitter and sweet. I make a chocolate orange mousse with the oil."

Smoked paprika was inspired by a visit to Spain, and cumin by a visit to Egypt. "The deep red colour of the

smoked paprika looks superb on a white dinner plate, and the cumin is excellent in Middle Eastern dishes or curries."

The aniseed flavour of fennel is wonderful with fish dishes, but Helen also uses it in chocolate cake to intensify the flavour. Vanilla is her most unusual oil. Top quality vanilla pods are seeped in oil for months. It's lovely on shellfish but also good to use in ice cream or panna cotta.

Olivo has the only tasting room in Martinborough and it has become a destination, complementing the many wineries in the area. The most popular infused olive oil in the tasting room is the porcini.



They all have a different story behind them, and Helen's motivation is to choose flavours that no-one else is making

Helen describes the Chaîne as a "wonderful organisation." She joined in 2017 and was promoted to Bailli at the beginning of 2021. Being a member, she says, combines her love of great food and wine with the camaraderie that the Chaîne is renowned for. The mission, that she shares with John, is to put their adopted country on the world stage for both the quality of its produce and the excellence of its wines.



En général, les repas entiers sont préparés et cuits dans une seule grande marmite chauffée au charbon de bois, et servis en principe avec du riz basmati aromatisé d'un mélange d'épices

Le paradis des gourmets

La cuisine du Koweït reflète la diversité multiethnique de sa population. En particulier, il est dit qu'elle fusionne avec harmonie les influences indiennes, iraniennes, méditerranéennes et najdi (arabes).

Le nom Koweït vient des mots arabes « akwat » et « kout » qui se traduisent par « forteresse construite près de l'eau ». Autrefois petit port de commerce fortifié sur la péninsule arabique, le Koweït est de nos jours l'un des pays les plus riches et les plus urbanisés du monde.

Au XVIII^e siècle, le Koweït est devenu la plaque tournante du transit des marchandises entre l'Inde, Mascate, Bagdad et l'Arabie. Le pays était également le centre de la construction navale dans la région perse et disposait d'une importante industrie de récolte de perles. En 1930, du pétrole fut découvert au Koweït et la vie dans l'émirat changea radicalement.

Les chefs cuisiniers disent que le Koweït est le paradis des gourmets. La cuisine du pays a été influencée par ses tribus indigènes, les nombreux immigrants qui s'y sont installés et ses traditions commerciales internationales. Les Arabes du Golfe ont joué un rôle essentiel dans l'établissement des anciennes routes commerciales qui ont introduit les épices de l'Orient en Europe, et aujourd'hui, les épices font partie intégrante de la cuisine koweïtienne.

En général, les repas entiers sont préparés et cuits dans une seule grande marmite chauffée au charbon de bois, et servis en principe avec du riz basmati aromatisé d'un mélange d'épices. L'agneau, le bœuf et le poulet sont faciles à obtenir, tout comme le poisson et les fruits de mer. Le zubaidi, un *bramidae* argenté à la texture feuilletée et onctueuse, est considéré comme le poisson national du Koweït ; on le trouve en abondance dans les eaux du pays. Une recette populaire consiste à enrober le zubaidi

d'assaisonnements et de farine, de le faire frire jusqu'à ce qu'il soit doré et de le servir avec du riz basmati bouilli et un bol de sauce tomate ou de dakoos (une spécialité du Koweït). Des soupes et des salades accompagnent la plupart des repas, tout comme le khubz, du pain plat iranien.

Ce sont les épices indiennes qui ont inspiré l'un des plats koweïtiens parmi les plus connus, le machboos. Celui-ci comprend principalement de l'agneau, du poulet ou du poisson, déposé sur ou mélangé à du riz basmati parfumé, cuisiné dans un bouillon bien épicé de mouton ou de poulet.

D'autres plats populaires comprennent : le qouzi, de l'agneau mijoté farci de riz ; le mutabbaq samak, du poisson frit épicé avec des oignons caramélisés ; le jirish, une spécialité de blé écrasé avec de l'agneau ou du poulet, des oignons, des tomates et des épices ; le maglooba, un gâteau de riz, de viande et d'aubergines, cuit lentement dans un plat circulaire, qui est ensuite retourné pour être servi ; le margoog, un ragoût de légumes et d'agneau avec des morceaux fins de pâtes au blé complet ; la harees, une délicieuse bouillie à la viande et au blé concassé et bien écrasé, le tout soigneusement mélangé ; le gabout, des ravioles farcies dans un ragoût de viande ; le tashreeb, du pain iranien trempé dans un bouillon de viande avec des légumes ; les mumawash rubyan ou murabyan, des crevettes fraîches ou séchées, broyées et cuites avec des haricots mungo ou des lentilles, des tomates et des épices ; et le gers ogaily, une génoise parfumée au safran, à l'eau de rose, à la cardamome et aux graines de sésame grillées.

Le mandî, une contribution du

peuple bédouin à la cuisine koweïtie, originaire du Yémen, est composé de viande rouge ou de poulet, de riz et d'épices, longuement mijotés dans un trou creusé dans le sol et tapissé d'argile. Dans la méthode de cuisson « marag », aux influences indiennes et iraniennes, les ingrédients sont frits ou bouillis avant d'être mélangés dans un grand pot et cuits à la vapeur.

Le Koweït est fier de sa riche culture, dans laquelle la cuisine joue un rôle important. L'institution de la famille est l'axe autour duquel la vie tourne. La tradition selon laquelle une grande famille se retrouve à table pour manger reste la façon la plus courante de dîner.

La nourriture est toujours préparée en grandes quantités et il est d'usage d'inviter d'autres personnes à partager les repas. Les Koweïtiens sont fiers de leur hospitalité. Les invités sont traités avec beaucoup de chaleur et de respect, et ont même la priorité sur les aînés de la famille. L'hospitalité au Koweït est souvent représentée par le service du thé et du café, appelé gahwa, dont les ingrédients essentiels sont la cardamome et le clou de girofle. Le gahwa est servi avec des noix, des dattes et des confiseries.

Les diwanias sont les principaux espaces de réception des maisons traditionnelles koweïtiennes, où l'hôte reçoit et divertit ses invités. Depuis plus de deux siècles, les diwanias sont un élément fondamental de la société koweïtienne. Elles sont au cœur de la vie sociale, commerciale et politique du Koweït et servent de plateformes pour les conversations, les débats et les campagnes électorales.

Samir Harmouche
Conseiller Culinaire



Entire meals are typically prepared and cooked in a single large pot on charcoal, and usually served with Basmati rice flavoured with a blend of spices

Food-lover's heaven

The cuisine of Kuwait reflects the poly-ethnic diversity of its population. In particular, it is said to be an infusion of Indian, Iranian, Mediterranean and Najdi (Arabian) influences.



The name Kuwait comes from the Arabic words 'Akwat' and 'Kout' which translate to 'Fortress built near Water'. Once a small trading fort on the Arabian Peninsula, Kuwait is now one of the richest and most urbanised countries on earth.

In the 18th century, Kuwait became the principal commercial centre for the transit of goods between India, Muscat, Baghdad and Arabia. It was also the centre for shipbuilding in the Persian region and had a significant pearl harvesting industry. In 1930, Kuwait struck oil, and life in the Emirate started to change.

It is said among chefs that Kuwait is a food lover's heaven. Its cuisine has been influenced by its indigenous tribes, the many immigrants who have settled there, and its international trading traditions. The Gulf Arabs played a significant role in establishing the ancient trade routes that introduced spices from the East to Europe, and spices are an integral part of Kuwaiti cuisine today.



Entire meals are typically prepared and cooked in a single large pot on charcoal, and usually served with Basmati rice flavoured with a blend of spices. Lamb, beef and chicken are readily available, as are fish and seafood. Zubaidi, a silver pomfret with a flaky and buttery texture, is said to be Kuwait's national fish, found in abundance in the country's waters. A popular combination features Zubaidi coated in seasonings and flour, fried until golden brown and served with boiled Basmati rice and a bowl of tomato gravy or Dakoos (a speciality of Kuwait). Soups and salads feature with most meals, as does the Iranian flat bread, Khubz.

Indian spices inspired one of the most important of Kuwaiti dishes, Machboos. This consists mainly of lamb, chicken or fish, placed over or mixed into fragrant Basmati rice, cooked in well-spiced mutton or chicken broth.

Other favourites include: Qouzi, slow-cooked lamb stuffed with rice; Mutabbaq Samak, spiced fried fish with caramelised onions; Jirish, a delicacy of mashed wheat with lamb

or chicken, onions, tomatoes and spices; Maglooba, a cake of rice, meat and aubergines, cooked slowly in a circular flat pot, which is turned upside down to serve; Margoog, a stew of vegetables and lamb with thin pieces of whole wheat pasta; Harees, a thick soup-like delicacy of boiled, cracked and well-ground wheat, blended with meat and mashed by stirring regularly; Gabout, stuffed dumplings in meat stew; Tashreeb, Iranian bread soaked in meat broth with vegetables; Mumawash Rubyan or Murabyan, fresh or dried shrimps mashed and cooked with mung beans or lentils, tomatoes and spices; and Gers Ogaily, an aromatic sponge cake perfumed with saffron, rose water, cardamom and toasted sesame seeds.

Mandi, a Bedouin contribution to Kuwaiti cuisine originating in Yemen, consists of meat or chicken, rice and spices, simmered slowly in a hole dug in the ground and caked in clay. In Marag, a cooking method introduced under Indian and Iranian influences, the ingredients are fried or boiled before being combined in a large pot and steamed.

Kuwait takes pride in its rich culture,

within which cuisine plays an important role. The axis around which life revolves is the institution of the family. The tradition for a large family to sit together to share a meal remains the most common way to dine.

Food is always prepared in large quantities, and it is customary to invite guests to share. Kuwaitis take pride in their hospitality. Guests are treated with great warmth and respect, and given precedence even over family elders. Hospitality in Kuwait is often portrayed through the serving of tea and coffee, known as Gahwa, the essential ingredients of which are cardamom and cloves. Gahwa is served with nuts, dates and sweets.

Diwanias are the main reception areas in traditional Kuwaiti homes, where the host receives and entertains his guests. For over two centuries, Diwanias have been a fundamental part of Kuwaiti society. They are the core of Kuwait's social, business and political life, serving as platforms for debates, arguments and election campaigns.

Samir Harmouche
Conseiller Culinaire

Rohan Karunaratna (Rohan Karr) Maître Hôtelier

Rohan Karr est l'un des directeurs du plus grand conglomérat d'entreprises du Sri Lanka, Hayleys Plc, et il est spécifiquement responsable du secteur des loisirs de Hayleys, qui comprend un réseau de 11 hôtels, complexes et hôtels-boutiques.



Ses établissements vont du style traditionnel des plantations de thé aux hôtels d'affaires du centre-ville, en passant par les escapades à la plage en bord d'océan et les retraites spirituelles à la montagne

Le début de carrière de Rohan Karr s'est déroulé dans une banque au Sri Lanka. Après les émeutes qui ont éclaté à Colombo, la capitale, et dans tout le pays en 1983, Rohan est parti au Royaume-Uni, où il a obtenu un visa d'étudiant en s'inscrivant à une formation bancaire. C'est lors de ses études à Londres qu'il a rejoint le secteur hôtelier, travaillant de nuit comme commis de cuisine et ne dormant que quatre heures par jour.

Rohan a ensuite obtenu une maîtrise en études hôtelières et commerciales à l'université de West London. Il a travaillé dans plusieurs établissements du Marriott Hotels au Royaume-Uni avant de retourner au Sri Lanka en 2003 et de rejoindre John Keells Holdings pour diriger l'hôtel cinq étoiles Cinnamon Grand Colombo.

C'est lorsqu'il était directeur général de cet établissement que Rohan a découvert la Chaîne, alors qu'il avait été invité à organiser un dîner de Noël pour les membres du Bailliage du Sri Lanka. Il a décidé d'adhérer à la Chaîne et, depuis, il apprécie la camaraderie de personnes partageant les mêmes passions et célébrant la bonne chère et le bon vin.

En 2005, Rohan a dirigé l'équipe de stratégie de marque qui a lancé Cinnamon Hotels & Resorts. Une série de prix et de récompenses a suivi, notamment le Prix présidentiel du meilleur hôtel cinq étoiles pour le Cinnamon Grand Colombo pendant trois années consécutives (2007 à 2009). Dans ses fonctions à John Keells Holdings, Rohan a également dirigé le projet Waterfront, un complexe intégré novateur au Sri Lanka, grâce auquel il a contribué à revitaliser les normes de l'ensemble du secteur hôtelier.

Rohan se décrit comme un « perfectionniste passionné », un leader qui encourage l'innovation, qui tient à être une source d'inspiration et qui vise toujours la première place. « Ma devise est d'être toujours un créateur de tendances, pas un suiveur », dit-il. « Et j'accorde une grande importance au bien-être de mes employés ».

En juin 2019, Rohan a rejoint le conseil d'administration de Hayleys Plc, un conglomérat ayant des intérêts dans 16 secteurs d'activité différents. Il bénéficie ainsi de nombreuses opportunités passionnantes pour continuer à apprendre et à prendre part à de nouveaux projets et initiatives. En tant que directeur général du secteur des loisirs de Hayleys, il gère l'hôtel de luxe cinq étoiles The Kingsbury Colombo, ainsi que les établissements Amaya Resorts & Spas. Il s'agit d'un ensemble de

complexes, d'hôtels-boutiques et d'établissements de bien-être, situés au Sri Lanka, avec également un établissement aux Maldives.

À ce poste, Rohan a le champ libre pour mener l'entreprise vers de nouveaux sommets, et il a pour objectif de faire de Hayleys Leisure Hotels la chaîne hôtelière de prédilection au Sri Lanka. Ses établissements vont du style traditionnel des plantations de thé aux hôtels d'affaires du centre-ville, en passant par les escapades à la plage en bord d'océan et les retraites spirituelles à la montagne.

La satisfaction personnelle de Rohan vient du fait que, grâce à son ambition pour l'entreprise, il est capable de faire la différence et d'avoir un impact positif sur la vie des autres, en partageant ses connaissances et ses compétences, ce qu'il apprécie énormément.



Rohan avec Nigel Austin, Bailli Délégué du Sri Lanka / Rohan with Sri Lanka Bailli Délégué Nigel Austin

Rohan Karunaratna (Rohan Karr) Maître Hôte



Rohan Karr is an Executive Director of Sri Lanka's largest business conglomerate, Hayleys Plc, with specific responsibility for Hayleys Leisure Sector, comprising a network of 11 hotels, resorts and boutique properties.



Its properties range from traditional tea planter style to city centre corporate, beach and ocean front getaways to mountain retreats



Rohan Karr's early career was spent in a bank in Sri Lanka. After the rioting that spread from the capital city of Colombo and across the country in 1983, Rohan left for the UK, securing a student visa by enrolling on a banking course. It was whilst studying in London that he joined the hotel industry, working the night shift as a kitchen steward and sleeping for just four hours a day.

Rohan went on to complete a Master's Degree in Hospitality and Business Studies from the University of West London. He worked at various Marriott Hotels' properties in the UK before returning to Sri Lanka in 2003 and joining John Keells Holdings to oversee the five-star hotel, Cinnamon Grand Colombo.

It was whilst working as General Manager of this hotel that Rohan was introduced to the Chaîne, when he was invited to host a Christmas dinner for members of the Sri Lanka Bailliage. He decided to join, and has enjoyed the fellowship of like-minded individuals who celebrate

fine food and wine ever since.

In 2005, Rohan led the branding team that launched Cinnamon Hotels & Resorts. A string of awards and accolades followed, including the Presidential Award for the Best Five-Star Hotel for the Cinnamon Grand Colombo for three consecutive years (2007 - 2009). Whilst with John Keells Holdings, Rohan also had oversight of the Waterfront project, an integrated resort that was ground-breaking in Sri Lanka and through which he was instrumental in revitalising standards for the entire hospitality sector.

Rohan describes himself as a "passionate perfectionist," a leader who encourages innovation, believes in being inspirational and never settles for second best. "My motto is to always be a trendsetter, not a follower," he says. "And I value highly the wellbeing of my associates."

In June 2019, Rohan joined the Board of Hayleys Plc, a conglomerate with interests in 16 different business

sectors, which gives him many exciting opportunities to continue to learn and be part of new projects and initiatives. As Managing Director of Hayleys Leisure Sector he manages the luxury, five-star hotel The Kingsbury Colombo, as well as Amaya Resorts & Spas. This is a collection of resorts, boutique hotels and wellness retreats, concentrated in Sri Lanka but with one island retreat in the Maldives.

In this role Rohan has free rein to take the business to greater heights, and he aims to establish Hayleys Leisure Hotels as the preferred chain of hotels in Sri Lanka. Its properties range from traditional tea planter style to city centre corporate, beach and ocean front getaways to mountain retreats.

Personal satisfaction for Rohan comes from knowing that through his ambition for the business he is able to make a difference and have a positive impact on the lives of others, by sharing knowledge and skills, which is something he greatly enjoys.

Une cuisine princière

La Revue s'entretient avec Christian Garcia, Chef exécutif du palais princier de Monaco.



Conçues par le Prince Rainier III, les cuisines du palais princier de Monaco fonctionnent comme un espace familial, où les enfants peuvent être accueillis pour confectionner des gâteaux et où les repas de tous les jours sont préparés, ainsi qu'un espace professionnel pour réaliser les cocktails, les grandes réceptions et les dîners d'État.

Christian Garcia est Chef exécutif du palais princier depuis 2004, ayant initialement intégré les cuisines pour une mission de sept mois en 1987. Le Prince actuel, Son Altesse Sérénissime le Prince Albert II, prince souverain de Monaco, Membre du Conseil d'Honneur, passe tous les matins en cuisine pour rencontrer le Chef Garcia et décider des menus du jour.

« La cuisine, c'est avant tout la bonne marchandise. Il faut laisser parler le produit », explique Christian. Les chefs du palais princier préparent des produits frais et régionaux, avec un accent sur la cuisine méditerranéenne. Ils se fournissent notamment en poisson frais auprès du dernier pêcheur de Monaco.

Le Prince possède également une propriété sur les hauteurs de Monaco, le domaine de Rocagel, et tous les jours, un carabinier en descend les fruits et légumes du jardin, qui sont ensuite préparés par les chefs. « C'est une grande fierté pour le Prince de pouvoir servir à ses invités des légumes de son potager ».

Bien que le poisson figure souvent au menu, le thon rouge n'est jamais servi au palais princier, afin de préserver l'espèce.

Christian explique que le Prince, un fin gourmet, est un grand connaisseur des vins et, qu'en ce qui



concerne les accords mets et vins, c'est lui qui prend la décision finale.

S'ils puisent leur inspiration dans les cuisines du monde découvertes au fil de leurs voyages, les chefs du palais princier continuent d'être influencés par Auguste Escoffier, qui a posé les bases de la cuisine française. « Ensuite, chacun y met sa touche et son appréciation personnelle », explique Christian.

Pour les grandes réceptions et autres manifestations, la brigade de cuisine fait appel à des extras très qualifiés ainsi qu'à des étudiants du lycée hôtelier de Monaco, dont Christian est fier d'être un ancien élève. « Transmettre notre savoir nous tient à cœur, c'est très important. Le Prince est très fier de son lycée hôtelier et il ne manque jamais de venir en cuisine pour saluer les étudiants. Ils

sont toujours très émus lorsqu'ils viennent au Palais et c'est une belle récompense pour eux. Pour ma part, je leur parle des difficultés du travail de chef aussi bien que de ses nombreux bons côtés ».

Christian est conscient de la chance qu'il a et de l'honneur qui lui est fait de travailler pour la famille princière de Monaco. Il ajoute : « Quand on aime ce que l'on fait, c'est le plus beau des métiers ! »

“ ”

Les chefs du palais princier préparent des produits frais et régionaux, avec un accent sur la cuisine méditerranéenne

A Royal kitchen

The *Revue* meets Christian Garcia, Executive Chef at the Prince's Palace of Monaco.



Designed by Prince Rainier III, the kitchen at the Prince's Palace of Monaco functions as a family space where children are supervised to bake cakes and everyday meals are prepared, as well as a professional space catering for cocktail parties, grand receptions and formal state dinners.

Christian Garcia has been Executive Chef at the Prince's Palace since 2004, having joined as a sous chef for what was originally a seven-month appointment in 1987. The present Prince, His Serene Highness Prince Albert II, Sovereign Prince of Monaco, Member of the Conseil d'Honneur, spends every morning in the kitchen with Chef Garcia to decide on the menus for the day.

"Cuisine is first and foremost about good ingredients. You have to give the individual components a voice," Christian says. Chefs at the Prince's Palace cook with fresh, local produce, with a focus on Mediterranean cuisine and flavours. Among the many local suppliers, the kitchen buys fish from the last fisherman in Monaco. The Prince also has a property in the Monaco hills, the Domaine de Rocagel, and every day a Carabinier delivers



organic fruit and vegetables grown in the garden for the chefs to cook. "The Prince is incredibly proud to be able to serve vegetables from his garden to guests."

Although fish is often on the menu, Bluefin tuna is never served at the Prince's Palace, as the species is endangered.

When it comes to pairing food with wines, Christian says the Prince is a real gourmet and an impressive wine connoisseur. He's the one who makes the final decision.

Whilst taking inspiration from different cuisines they have experienced around the world, the chefs at the Prince's Palace continue to recognise and be influenced by Auguste Escoffier,

who laid the foundations of French cuisine. "After that, everybody adds their own touch and personality," Christian explains.

For large receptions and other events, the full-time kitchen brigade is boosted with some highly qualified extra staff, as well as students from the Lycée Hôtelier - Monaco's vocational catering school - of which Christian himself is proud to be a former student.

"We are committed to passing on our knowledge. This is really important. The Prince is very proud of his Lycée Hôtelier and he always comes to say hello to the teams in the kitchen. When they come they are always very touched and it's also a great reward for them. I always tell them about how hard

it is to be a chef, as well as all the benefits it offers."

Christian appreciates how lucky and honoured he is to work for the Royal Family of Monaco, and adds: "When you love what you do, you've got the best job in the world."



Chefs at the Prince's Palace cook with fresh, local produce, with a focus on Mediterranean cuisine and flavours

Le Ramada Resort by Wyndham Dar Es Salaam

La gastronomie a largement contribué à la réputation de ce complexe hôtelier, comme le découvre la *Revue* en compagnie du Conseiller Culinaire Dieter Prachner.



Au cours de ses 36 années de carrière dans l'hôtellerie, Dieter Prachner s'est rendu aux quatre coins du monde, motivé par la volonté de travailler avec des gens à tous les échelons du secteur. Cette philosophie lui a permis de parcourir l'Europe, où il a occupé des postes en Autriche, Roumanie, Hongrie, Pologne et République tchèque, ainsi que de rejoindre le Moyen-Orient, avant de s'installer en Afrique de l'Est.

Le Ramada Resort de Tanzanie est le premier hôtel du groupe Wyndham Hotels & Resort en Afrique de l'Est. L'établissement a ouvert ses portes en avril 2015 dans l'un des quartiers les plus prisés et les plus résidentiels de Dar Es Salaam, sur le littoral de l'océan Indien à Jangwani Beach. Il abrite 139 chambres, de vastes espaces pour les conférences et les événements ainsi qu'une piscine extérieure exclusive.

Dieter a rejoint l'hôtel en 2016.



Parmi ses premières missions, l'ouverture de l'Africana Grill, restaurant gastronomique de l'hôtel, dont le succès a contribué à la réputation du Ramada Resort by Wyndham en tant qu'établissement de premier ordre. L'Africana Grill, unique par son accent sur la localité, propose une cuisine raffinée dans une ambiance décontractée, avec un cadre et une atmosphère hauts en couleurs à l'image du continent africain.

Le menu est réduit, axé sur les délices et les produits locaux, tels que la bisque de homard à l'infusion de cognac. Ici, le terre-mer combine steak et homard, au lieu de la traditionnelle crevette. Les desserts sont des créations maison, à l'image de la Symphonie tanzanienne, duo de sorbets à la mangue et à la cannelle. Une sélection de grands crus et de spiritueux premium vient

compléter le menu, le meilleur du pays s'enorgueillit Dieter. La carte accessible via une tablette permet à l'Africana Grill de présenter ses vins en fonction des disponibilités, même s'il ne s'agit que d'un carton de six bouteilles.

La clientèle du Ramada Resort by Wyndham est diversifiée. L'établissement est populaire auprès des célébrités, membres du bottin mondain et influenceurs, des organisations à but non lucratif travaillant dans la région, des voyageurs d'affaires et même des équipages de compagnies aériennes. En complément de la gastronomie, l'hôtel est un lieu réputé pour les concerts, qui font désormais partie de son programme régulier de divertissements. Parmi ceux-ci, la soirée swahili hebdomadaire avec de la musique live ainsi que les événements du Réveillon du Nouvel

An, où de grands artistes montent sur scène pour des concerts exclusifs, tels que Ben Pol, l'un des musiciens les plus populaires de Tanzanie.

Dieter a rejoint la Chaîne en 2018 et explique que c'est selon lui la seule plateforme au monde où les gourmets et les gastronomes se rencontrent pour échanger des idées et leurs connaissances sur les tendances et sur l'actualité du secteur de la restauration.



Le menu est réduit, axé sur les délices et les produits locaux, tels que la bisque de homard à l'infusion de cognac



The menu is small, and focused on local delicacies and produce, such as a lobster cream soup with a cognac infusion

The Ramada Resort by Wyndham Dar Es Salaam

Fine-dining at this hotel has helped to make its name and reputation, as the *Revue* finds out with Conseiller Culinaire Dieter Prachner.



D Dieter Prachner's 36-year long career in hospitality has taken him across the globe, driven by his desire to work with people at all levels of the industry around the world. This inspiration saw him work his way around Europe, with positions in Austria, Romania, Hungary, Poland and the Czech Republic, as well as the Middle East, before arriving in East Africa.

The Ramada Resort in Tanzania is the first Wyndham Hotels & Resort Hotel in East Africa. The hotel opened in April 2015, located in one of the most upmarket residential areas of Dar Es Salaam, and directly on the shores of the Indian Ocean at Jangwani Beach. It offers 139 guest rooms, significant conference and event space and a signature outdoor pool.



Dieter joined the hotel in 2016. One of his first tasks was to open Africana Grill, the hotel's fine dining restaurant, the success of which has helped to build the reputation of Ramada Resort by Wyndham as a first class venue. Africana Grill is unique in its locality, offering guests fine dining whilst encouraging casual attire and with décor and ambience that is a colourful depiction of the African continent.

The menu is small, and focused on local delicacies and produce, such as a lobster cream soup with a cognac infusion. Surf & turf combines steak with a lobster - not a prawn. The desserts are in-house

creations, including the Tanzanian Symphony - a duo of mango and cinnamon sorbets. Complementing the menu is a selection of premium wines and spirits, which Dieter boasts are the best that are available in the country. The tablet-based menu system enables Africana Grill to easily display its wine offering based on what is available - even if that is a case of just six bottles.

The clientele of Ramada Resort by Wyndham is diverse. It is popular with local celebrities, socialites and influencers, NGOs (non-governmental organisations) working in the area, corporates and even airline crews.

As well as its fine dining, the hotel is becoming well-known for hosting live music events, which are now part of its regular entertainment programme. These include the weekly Swahili night with live music and its New Year's Eve events where top artists take to the stage for exclusive, live concerts, such as Ben Pol, one of the most popular artists in Tanzania.

Dieter joined the Chaîne in 2018 and says he believes it is the only platform in the world where gourmets and gourmands meet and exchange views and knowledge on trends and news about the food and beverage industry.



Prisé pour ses feuilles, ses gousses et ses racines à haute valeur nutritive, il est largement cultivé dans les régions subtropicales des Amériques, des Caraïbes, d'Afrique et d'Océanie

Le moringa

Originaire du sous-continent indien, le moringa, ou *Moringa oleifera*, est une plante riche en nutriments dont pratiquement toutes les parties sont comestibles.



Cet arbre à croissance rapide résistant à la sécheresse pousse autant en milieu sauvage que dans les jardins, et peut même servir de haie en Asie du Sud et du Sud-Est. Prisé pour ses feuilles, ses gousses et ses racines à haute valeur nutritive, il est largement cultivé dans les régions subtropicales des Amériques, des Caraïbes, d'Afrique et d'Océanie.

Les fruits du moringa, parfois appelés bâtons, sont de longues gousses de forme allongée. Les jeunes gousses peuvent être bouillies et sont communément utilisées dans les plats à base de curry, les soupes et les ragoûts, et cuites jusqu'à ce qu'elles soient tendres. C'est également un ingrédient courant du dhal, où elles sont combinées avec des épices telles que le curcuma et le cumin. Les graines des cosses mûres sont consommées comme des pois ou peuvent être grillées comme des cacahuètes. Moulues, les graines sont utilisées pour fortifier la farine



de blé afin d'enrichir sa teneur en protéines, fer et calcium.

Le moringa a d'autres noms. On l'appelle parfois « l'arbre de raifort », en référence au goût de ses racines, ainsi que « ben ailé », l'huile de ben étant pressée à partir des graines de ses cosses mûres. Les racines sont hachées et utilisées en tant que condiment aux saveurs prononcées. L'huile de ben raffinée peut se conserver longtemps, elle est limpide et sans odeur et certains la trouve particulièrement adaptée à la préparation de vinaigrette. Elle a un potentiel intéressant en tant que biocarburant. Enfin, le résidu obtenu après l'extraction de l'huile des graines est un bon fertilisant.

Les parties les plus nutritives du moringa sont ses feuilles (y compris les tiges), source importante de plusieurs vitamines ainsi que de bêta-carotène et de protéines. Les feuilles sont cuites et utilisées d'une

façon semblable aux épinards. Crues, les jeunes feuilles tendres peuvent être hachées et servies en garniture de plats. Elles peuvent aussi être séchées et transformées en poudre, préservant ainsi les nutriments, qui peut ensuite être utilisée dans des soupes et des sauces. La poudre de moringa est commercialisée dans de nombreux magasins de produits diététiques et prise comme supplément alimentaire en raison de sa densité nutritionnelle.

Les fleurs du moringa sont également comestibles. Elles peuvent être consommées crues en salade, mixées dans des smoothies ou des jus, ou encore pressées pour produire de l'huile. Elles peuvent aussi entrer dans la composition de plats sautés ou frits, et être utilisées comme ingrédient dans les plats de pâtes, les pizzas ou les omelettes.

Le moringa est un arbre

véritablement polyvalent. Par sa capacité à pousser dans des environnements arides et semi-arides, c'est une source alimentaire nutritive l'année durant, même dans les régions où la sécheresse rend difficile la culture d'autres plantes. Dans les pays en voie de développement, le moringa aurait le potentiel de combattre la malnutrition, de renforcer la sécurité alimentaire ainsi que de contribuer au développement rural et aux pratiques de gestion durable des sols. Il peut également être utilisé comme fourrage pour le bétail, comme antiseptique naturel et comme alternative au savon pour le lavage des mains, de même que pour dépolluer les eaux et les rendre potables pour les animaux voire pour les êtres humains.

Enfin, l'écorce, la sève, les racines, les feuilles, les graines et les fleurs sont utilisées dans certaines médecines traditionnelles.



It is valued for its nutritious leaves, seed pods and roots and is widely cultivated in sub-tropical parts of the Americas, the Caribbean, Africa and Oceania

The Drumstick Tree

Native to the Indian subcontinent, the drumstick tree, or *Moringa oleifera*, is a nutritionally-dense plant of which almost every part is edible.



This fast-growing, drought-resistant tree grows in the wild, in domestic gardens and may even feature as part of hedging in South and South East Asia. It is valued for its nutritious leaves, seed pods and roots and is widely cultivated in sub-tropical parts of the Americas, the Caribbean, Africa and Oceania.

The moringa's nickname - the drumstick tree - is derived from its long, slim seed pods. The immature seed pods are parboiled and used widely in curry dishes, soups and stews, cooked until they are tender. It is also a common ingredient in dhal, where it is combined with spices such as turmeric and cumin. Mature seeds are eaten like peas, or may be roasted like nuts. Seeds ground into powder are used to



fortify wheat flour, increasing the protein, iron and calcium content.

The drumstick tree is not the only alternative name for the moringa. It is sometimes called the horseradish tree - a reference to the taste of the roots - and the ben oil tree, which is the name of the oil pressed from its mature seeds. The roots are shredded and used as a sharp-flavoured condiment. Refined ben oil has a long shelf life, is clear and odourless and said to be particularly good for use in salad dressing. It also has potential for use as a biofuel. The seed 'cake' that remains after the oil has been extracted is a good fertiliser.

The most nutritious parts of the moringa tree are its leaves, (including stalks and stems), which

are a significant source of several vitamins, as well as beta-carotene and protein. The leaves are cooked and used in a similar way to spinach. Uncooked, tender young leaves can be chopped and added to dishes as a garnish. They are also dried and crushed into a powder - thus preserving their nutrients - and used in soups and sauces. Moringa powder is widely available in health and wellness stores, highly valued as a dietary supplement due to its nutritional density.

The flowers are also edible. They can be eaten uncooked in a salad, blended into smoothies or juices, or pressed into oils. They can also be added to stir-fry dishes, fried as a snack, or incorporated as an ingredient in pasta dishes, on pizza or omelettes.

Moringa really is a versatile tree. Its ability to grow in arid and semi-arid environments means it is able to provide a nutritious food source throughout the year, even in geographic locations where the dry conditions make growth of other crops challenging. In developing countries it is reported that moringa has the potential to improve nutrition, boost food security, assist with rural development and support sustainable land practices. It can also be used as forage for livestock, as a natural antiseptic and hand wash alternative to soap, and to remove pollutants from water to make it drinkable for animals and even humans.

The bark, sap, roots, leaves, seeds and flowers are also used in some traditional medicines.

Park Roche Resort & Wellness Corée du Sud

Park Roche Resort & Wellness est un complexe haut de gamme entouré des belles collines et vallées de la province de Gangwon en Corée du Sud, à seulement deux heures de Seoul.

En 2018, sous la direction du Maître Hôtelier Sebastian

Fischoeder, l'établissement avait ouvert ses portes juste quelques jours avant d'accueillir les skieurs, leurs équipes et d'autres dignitaires qui participaient aux Jeux olympiques d'hiver de Pyeongchang. Ouvrir le complexe et l'exploiter immédiatement à pleine capacité dans le cadre d'un événement international d'une telle envergure a été une expérience inoubliable. D'ailleurs, Sebastian confie que cette période reste l'une des plus mémorables de sa carrière à ce jour.

Park Roche allie des programmes de bien-être luxueux avec un accueil de grande qualité. En ces lieux, les clients peuvent se détendre pour oublier le stress du quotidien, se plonger dans le confort et stimuler leur énergie positive en profitant des installations hors pair d'un complexe de premier ordre.

Grâce à son emplacement idéal, c'est un lieu prisé pour les habitants de la région qui souhaitent décompresser et se revitaliser, ainsi qu'une destination très appréciée des voyageurs internationaux désirant découvrir le beau paysage

coréen et les attractions de la côte est du pays.

Park Roche se distingue par ses aménagements uniques, conçus pour que les clients profitent d'une expérience de bien-être tout au long de leur séjour. Cela commence par la conception du bâtiment, avec un intérieur qui combine des éléments naturels et réconfortants tels que la pierre et le bois, un service chaleureux et convivial, des mets sains et équilibrés, une literie confortable, des jacuzzis extérieurs avec leurs cabanes privées, une bibliothèque et d'autres zones réservées à la détente. Le beau jardin et sa serre invitent les clients à la promenade, à prendre place au coin du feu ou à se détendre avec un bon livre en respirant l'air vivifiant de la montagne.

L'an passé, une réception de bienvenue à l'intention de membres de la Chaîne qui participaient à un dîner du Bailliage avait été organisée sur le toit-terrasse. C'est un lieu où les clients peuvent passer une soirée romantique en admirant le ciel étoilé avec un excellent verre de vin.

L'établissement abrite deux restaurants : Park Kitchen propose

de la cuisine bien-être coréenne, tandis que Roche Café sert de la cuisine italienne et méditerranéenne authentique, des cafés et des thés de haute qualité ainsi que des jus de fruits frais.

Sebastian est très fier de la philosophie culinaire de Park Roche. En mettant l'accent sur la fraîcheur et la saisonnalité, l'établissement travaille en étroite collaboration avec des producteurs et s'approvisionne en nombreux ingrédients directement auprès du marché local. À titre d'exemple, le riz servi est cultivé dans une ferme voisine selon des méthodes naturelles, tandis que les rayons de miel proposés au petit-déjeuner sont fournis par un apiculteur local. L'établissement propose également des expériences lors desquelles les clients peuvent visiter des fermes en compagnie des chefs, nourrir les vaches et faire la cueillette de pommes, de pommes de terre, de tomates et d'autres produits de saison.

Le Gondore Bibimbab est l'un des plats signatures les plus renommés du Park Roche. Grâce aux saveurs prononcées de ses ingrédients frais, ce Bibimbab simple et traditionnel sera, pour de nombreux convives, le meilleur jamais dégusté.

“ ”

L'établissement propose également des expériences lors desquelles les clients peuvent visiter des fermes en compagnie des chefs, nourrir les vaches et faire la cueillette de pommes

Park Roche Resort & Wellness South Korea

Park Roche Resort & Wellness is a premium resort located amongst the beautiful hills and valleys of South Korea's Gangwon province, a mere two hours from Seoul.



Under the guidance of Maître Hôte Sebastian Fiscoeder, the resort launched just a few days before hosting Olympic skiers, their teams and other dignitaries participating in the 2018 Pyeongchang Olympic Winter Games. Opening the resort and operating immediately at full occupancy whilst being part of such a world-famous event was an unforgettable experience. Indeed, Sebastian cites this period as amongst the most memorable of his career so far.

Park Roche pairs premium wellness programmes with high-quality hospitality. It offers a place where guests can relax, unwind from the stresses of daily life, seek comfort and stimulate their healthy energy, while still enjoying all the comfort of a top-class resort.

Its location makes it a perfect getaway for local travellers who wish to slow down and refresh themselves, as well as a popular destination for international visitors eager to explore the beautiful



The resort offers experiences that allow guests to visit the farms with its chefs, feed the cows and harvest their own apples

Korean countryside and attractions of the East coast.

What makes Park Roche unique is the way every part of the resort is designed so that guests experience wellness throughout their entire stay. This begins with the building design - an interior that combines natural and warm elements, such as stone and natural wood - an emphasis on friendly and warm service, healthy and well-balanced food, comfortable beds, sleep well amenities, outdoor jacuzzies with private cabanas, a library, and many other areas in which to relax.

A beautiful garden with a glass house invites guests to take a stroll, sit at the fireplace, or relax with a

good book while enjoying the clean mountain air.

A welcome reception for Chaîne members attending a Bailliage dinner last year was hosted on the roof top. Here, guests can enjoy a romantic evening while admiring the star-filled night sky with a fine glass of wine.

The resort has two restaurants. Park Kitchen offers contemporary Korean wellness cuisine, whilst Roche Café serves authentic Italian and Mediterranean cuisine, premium coffee, tea and healthy juices.

Sebastian admits he is very proud of the Park Roche culinary programme. Focusing on using fresh, locally-grown ingredients, the resort

works closely with producers, and purchases many ingredients directly from the nearby market. For example, all the rice that is served at the resort is cultivated using natural methods on a farm located nearby, and the fresh honeycomb at breakfast is from a local beekeeper. The resort offers experiences that allow guests to visit the farms with its chefs, feed the cows and harvest their own apples, potatoes, tomatoes and other seasonal crops.

A popular signature dish at the Park Roche is the Gondore Bibimbab. This is a simple, traditional meal, but the strong flavours of its fresh ingredients turn it into the best Bibimbab many guests have ever tasted.

Christina Suominen et le restaurant C

L'Échanson Christina Suominen est une experte en vin reconnue et la propriétaire du restaurant C, où, à l'exception du sel et de la gélatine, seuls des ingrédients d'origine finlandaise sont utilisés. La *Revue* voulait s'entretenir avec elle pour en savoir plus sur cette philosophie.



Depuis le beurre et la crème sure jusqu'au miso et aux sauces garum, les chefs du restaurant C préparent tout eux-mêmes. Si les bonnes relations avec les producteurs locaux sont essentielles, l'hiver n'en reste pas moins long en Finlande. Et même s'ils exploitent au mieux les produits de saison, les chefs du restaurant doivent préserver les saveurs et les ingrédients pour les utiliser pendant les mois d'hiver.

Le Chef Ilkka Isotalo a écrit un livre sur la conservation et l'utilisation des matières premières. Le restaurant utilise plusieurs méthodes de conservation. Par exemple, les feuilles, comme celles du boulot et du cassis, sont conservées dans une saumure. Les champignons sont séchés et réduits en poudre et des huiles sont confectionnées à partir de légumes et de tiges d'oignon. Certains ingrédients sont fermentés, à l'image du concombre et de la rhubarbe. Les fleurs de chèvrefeuille et d'épinette sont conservées



Et même s'ils exploitent au mieux les produits de saison, les chefs du restaurant doivent préserver les saveurs et les ingrédients pour les utiliser pendant les mois d'hiver

dans une « marinade 1-2-3 ». Cette technique, qui peut être appliquée à tous les ingrédients, est utile pour réduire les déchets alimentaires. La recette : une part de sucre, deux parts de vinaigre et trois parts d'eau, dans lesquelles sont ajoutés des ingrédients crus. La marinade peut être chaude ou froide.

Le restaurant C est situé à Tampere, pratiquement au cœur de la Finlande, dans une région riche en cours d'eau, forêts et champs, qui offre une abondance de poissons, de viandes, y compris du gibier, et d'herbes aromatiques. Le restaurant s'approvisionne en poisson exclusivement auprès de pêcheurs locaux. Son plus grand partenaire est une ferme biodynamique en existence depuis 400 ans, qui cultive une grande variété de produits. Un autre petit producteur cultive des

tomates pour le restaurant ainsi que des herbes plus rares, telles que la citronnelle. Le potager privé du chef est rempli de plantes comestibles sauvages, notamment de l'épinette, de l'oseille et du sureau.

Toutes les liqueurs, les spiritueux et les boissons non-alcoolisées sont finlandais, et le restaurant fabrique ses propres jus. La Finlande n'a pas de viticulture et ne produit pas de vin, mais pour respecter du mieux possible la philosophie du restaurant et limiter l'empreinte carbone, Christina ne choisit que des vins européens.

Elle comprend la philosophie du vin et rompt avec la tradition en proposant aux convives des accords mets et vins visant à offrir une expérience unique. Les vins proviennent de petits producteurs, qui appliquent

des méthodes classiques comme modernes. Le restaurant est spécialisé dans ce qu'il appelle les « vins aux enchères », où le client est invité à faire une offre pour le prix d'achat.

Il peut être difficile de comprendre pourquoi un restaurant déciderait de tourner le dos à certains des ingrédients les plus populaires au monde, mais c'est là toute la philosophie du restaurant C. Parmi les ingrédients interdits, le riz, le chocolat, les noix, les amandes et les agrumes. « Ils ne sont plus nécessaires », explique Christina. « Parfois un client pourra avoir une envie de citron, mais nous lui proposerons à la place de l'argousier, des myrtilles ou des canneberges ».

Niki Malmros
Chargée de Presse

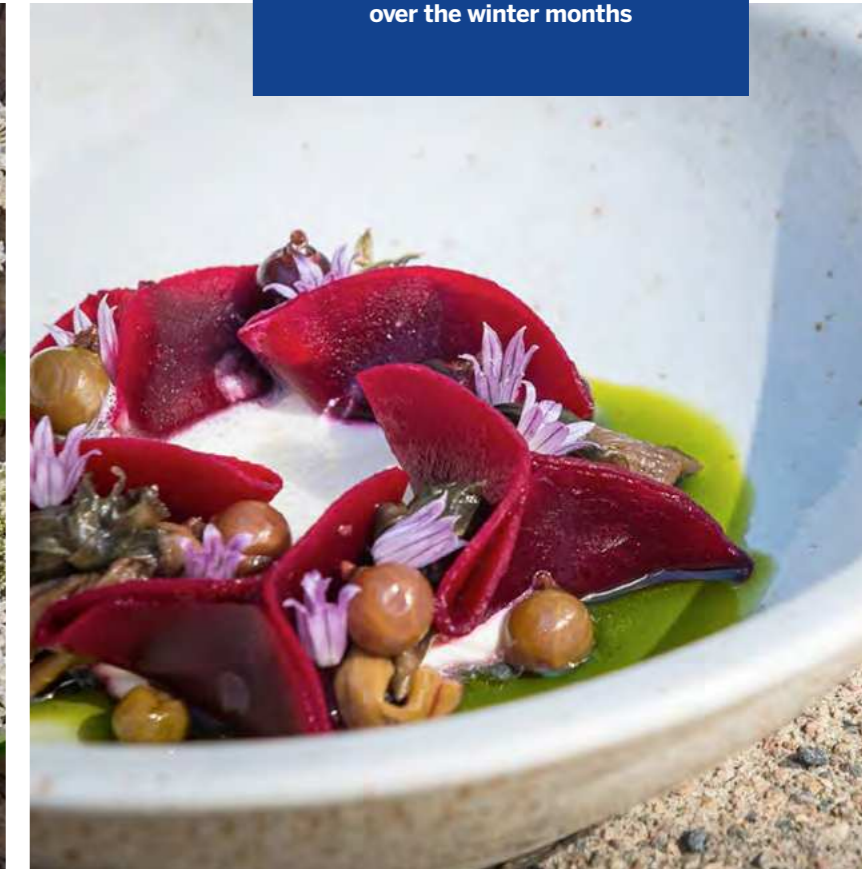
Christina Suominen and Restaurant C

Échanson Christina Suominen is a Finnish wine expert and restaurateur at Restaurant C, which, with the exception of salt and gelatine, uses only ingredients from Finland. The *Revue* was keen to find out more.



From butter and sour cream to miso and garum sauces, chefs at Restaurant C prepare everything themselves. Good relationships with nearby producers are essential, but even so, the winter in Finland is long. As well as making the best use of seasonal produce, the restaurant has to preserve flavours and ingredients for use over the winter months.

Chef Ilkka Isotalo has written a book on preservation and the utilisation of raw materials. The restaurant uses several preservation methods. For example, green leaves such as birch and blackcurrant are preserved in brine. Mushrooms are dried into a powder and oils are made from vegetables and onion stalks. Some ingredients are fermented, such as cucumbers and rhubarb. Honeysuckle and spruce flowers are preserved in '123 pickle broth'. This is a technique that can be used for any ingredients and therefore useful for reducing food



As well as making the best use of seasonal produce, the restaurant has to preserve flavours and ingredients for use over the winter months

waste. The technique uses one part sugar to two parts vinegar and three parts water to which raw ingredients are added. The broth may be hot or chilled.

Restaurant C is located in Tampere, almost in the middle of Finland, in an area populated with plenty of fresh waterways, forests and fields for an abundant supply of fish, meat - including game - and herbs. The restaurant buys all the fish on offer from local fishermen. Its largest partner is a 400-year old biodynamic farm which grows a wide variety of produce. A smaller producer grows tomatoes for the restaurant and rarer herbs, such as lemongrass. The chef's private courtyard is full of wild herbs,

including spruce, sorrel and ground elder.

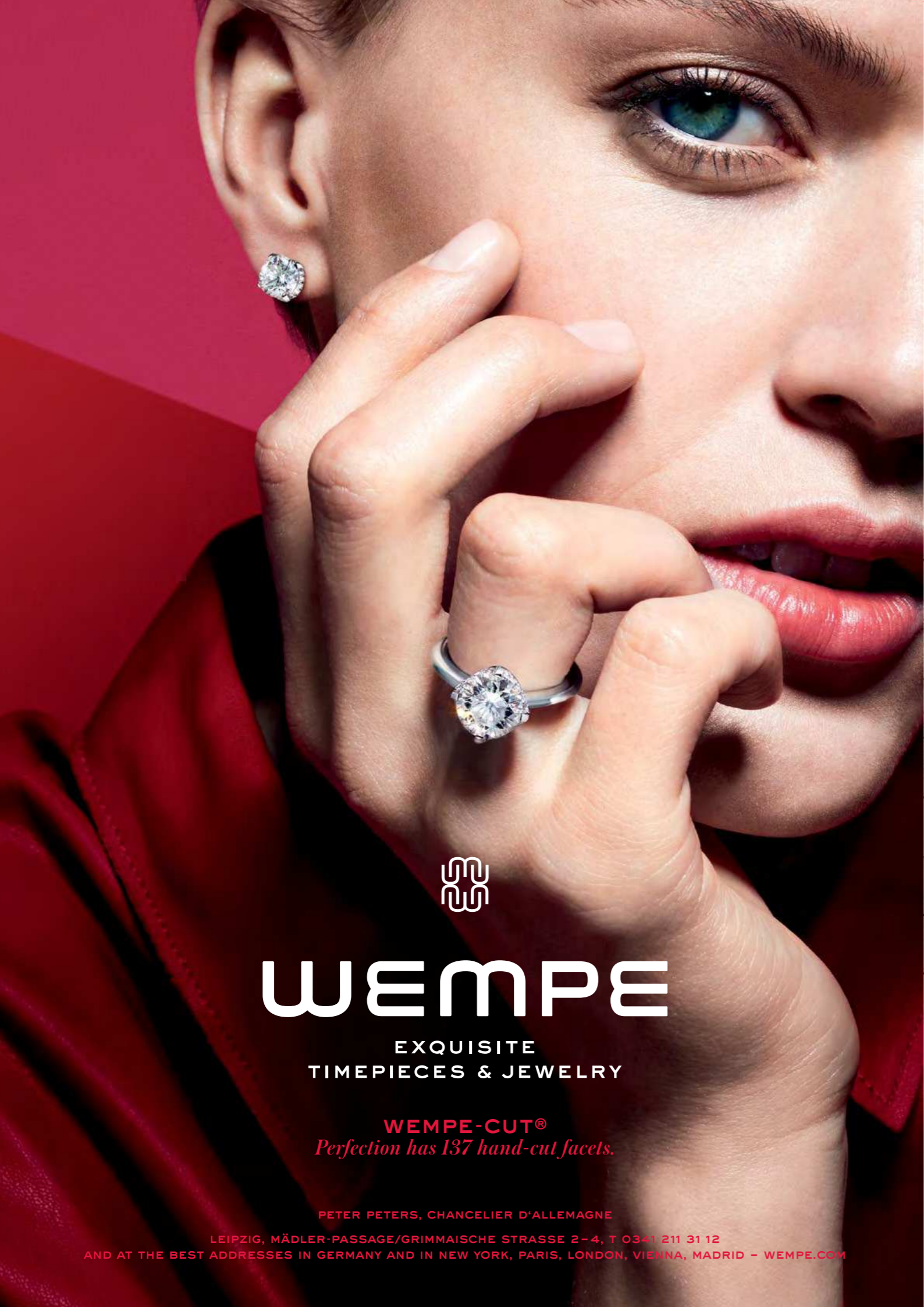
All liqueurs, spirits and non-alcoholic drinks served are also Finnish, and the restaurant makes its own juices. Finland has no viticulture and does not produce its own wines, but to remain as true as possible to the restaurant's philosophy and keep the carbon footprint low, Christina chooses only European wines.

She understands the philosophy of wine and breaks with tradition by combining food and wine on the basis of a sense to give the consumer a unique pairing experience. The wines selected are from small producers, both classic and modern. The restaurant

specialises in what it calls 'auction wines' whereby the customer is invited to make an offer for the purchase price.

It may be hard to comprehend that a restaurant will turn its back on some of the world's most popular ingredients, but at Restaurant C they do just that. Among the items that are off the menu are rice, chocolate, nuts, almonds and citrus fruits. "They are no longer needed," says Christina. "Sometimes a customer might crave lemon, but instead we give them sea buckthorn, blueberries or cranberries."

Niki Malmros
Chargée de Presse



WEMPE

EXQUISITE
TIMEPIECES & JEWELRY

WEMPE-CUT®
Perfection has 137 hand-cut facets.

PETER PETERS, CHANCELIER D'ALLEMAGNE

LEIPZIG, MÄDLER-PASSAGE/GRIMMAISCHE STRASSE 2-4, T 0341 211 31 12

AND AT THE BEST ADDRESSES IN GERMANY AND IN NEW YORK, PARIS, LONDON, VIENNA, MADRID - WEMPE.COM



FINEST QUALITY APPAREL

www.chefs-hat.com



www.chainedesrotisseurs.com