



Emmi. Nicole Wintler, Emmi Ice Cream, und Stefanie Müller, Marketing Food Service, haben beide Hände voll zu tun. Die extravaganen Aromen der Linie «Edizione» waren sehr beliebt.



Cave de Genève. Önologe Florian Barthassat und Geschäftsführer Martin Wiederkehr präsentieren stolz die für ihren Sauvignon Blanc gewonnene «Trophée Citadelle».



Bragard AG. Der Geschäftsführer Pascal Scheek zeigt die neue Berufskleider-Kollektion für Köche: Kochjacken und Kochhosen mit Magnetverschluss.

Erfolgreich: Kochwettbewerb zieht viele Besucher an

Mit «GL-Events» hat sich erstmals ein ausländischer Messeveranstalter auf das Hoheitsgebiet der Schweizer Gastrolandschaft gewagt. Die Premiere ist geglückt. Als Magnet wirkte ohne Zweifel der Bocuse d'Or Europe. Nun hoffen die Aussteller auf weitere Gourmet-Salons in Genf.

124 Stände, 162 Aussteller und Sponsoren sowie mehr als 10 000 Besucher während der drei Tage vom 6. bis 8. Juni. Das sind die noch nicht bestätigten Zahlen der «Gourmet», der ersten französisch-schweizerischen Messe für die Gastronomie und Hotellerie im Genfer Palexpo. Doch bereits jetzt lässt sich eine positive Bilanz ziehen. Zahlreiche Aussteller lobten die hohe Kompetenz und das Interesse der Fachbesucher.

Die Aussteller sind mit der Organisation zufrieden. Dies, obwohl es am Sonntag, dem Vortag des Wettbewerbs, ruhig war in der Halle. Die Organisatoren sind sich aber bewusst, dass ein Besuchermagnet wie der «Bocuse d'Or Europe» in den nächsten Jahren nicht mehr in der Schweiz stattfinden wird. Deshalb wollen sie mit der «Gourmet» anderen internationalen Wettbewerben aus der Lebensmittel- und Gas-

trobranche eine Plattform bieten. Denn als weiteres Erfolgsrezept erachten die Organisatoren die Ausrichtung über die Landesgrenzen.

Mit der «Gourmet» in Genf können sich Zulieferer einen neuen überregionalen Kundenkreis vorstellen.

So hofft auch Claude Membrez, Generaldirektor der Palexpo SA, auf eine weitere «Gourmet». Er möchte die regionalen und grenzüberschreitenden Beziehungen in einem Einzugsgebiet zwischen Frankreich und der Westschweiz fördern. Denn im Umkreis von 150 Kilometern rund um Genf sind vier Millionen Konsumenten ansässig.

gabriel.tinguely@gastroneews.ch

www.gourmet-expo.com

Bildergalerie auf www.expresso.ch



Ceo AG. Extrascharfe Japanmesser sind gefragt. Michael Bach verkauft drei Preziosen der Marke Kai als Set, signiert vom Spitzenkoch Philippe Rochat.



Schweizer Fleisch. Daphine Roulin und Regula Kennel, Leiterin Marketing bei der Proviande, freuen sich, dass die Organisatoren Schweizer Kalbfleisch ausgewählt haben.



Mérat & Cie SA. Unternehmensleiter Hans Reutegger, Delphine Lefebvre und Joël Sutter, Leiter Plattform Vucherens, sind erfolgreich unterwegs. Das Bündnerfleisch der Marke «Flurina» und das 21 Tage am Knochen gelagerte «Swiss Gourmet Beef» finden Anklang.



Enodis SA. Marcel Wissmann, Andrea Sauer, Marketing Convotherrn, Christophe Hännli, Geschäftsführer Enodis, und Gael Duvoisin freuen sich: Convotherrn ist der Küchenausstatter des Kochwettbewerbs Bocuse d'Or. Enodis ist der Importeur in die Schweiz.