Zeitschrift: Suisse magazine = Swiss magazine
Herausgeber: Suisse magazine
Band: - (2013)
Heft: 289-290

Artikel: La Suisse dans votre verre
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-849379

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 06.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

PATRIMOINE

La Suisse dans votre verre

La fameuse qualité suisse est, comme en tant d'autres domaines, un atout majeur des boissons helvétiques, et certains vins sont particulièrement renommés. Nous vous proposons ici un petit tour d'horizon différent :

Une boisson emblématique

« Mettez un peu de Suisse dans votre verre » : la boisson emblématique de la Suisse est certainement Rivella. Le fondateur de la marque, Robert Barth, l'a baptisée ainsi en référence au nom italien *rivelazione*, qui signifie révélation. C'est dire qu'il croyait aux vertus et au succès de la boisson, dont l'un des principaux ingrédients est le sérum de lait, typique des valeurs de la Suisse, pays sain et agricole. Dans son dossier de presse, l'entreprise argovienne souligne qu'elle a créé la première boisson « saine » en Europe en 1952. Et, depuis sa fondation, elle continue d'afficher des valeurs associées à la vie saine et sponsorise de nombreuses compétitions sportives. Rivella est incontestablement un cas à part ne suscitant pas l'indifférence, les consommateurs se répartissant entre les inconditionnels et ceux qui ne se laissent pas convaincre par son goût particulier ; mais, en moyenne, chaque Suisse boit plus de 11 litres par an de Rivella.
Comme celle de Coca-cola, la recette de Rivella est gardée secrète et ne serait connue que de trois hommes dans l'entreprise.

Toujours la nature

La Suisse est l'un des pays pionniers producteurs de produits bio ; et la marque Biotta insiste, comme Rivella, sur ses racines suisses locales. Celles-ci sont thurgoviennes : à Tägerwilen, la manufacture produit des jus de légumes bio issus des légumes fraîchement récoltés. Selon l'entreprise, « c'est un chemin direct du champ à la bouteille » : le *timing* parfait permet la transformation des légumes quelques heures au maximum après leur récolte. Biotta produit une très grande variété de jus, y compris, entre autres, des jus de sureau, de céleri, d'artichaut.
Même si le secteur produits semi-finis et jus de fruits vient d'être cédé à la cidrerie thurgovienne Möhl (voir page 6), les principes restent les mêmes : produits frais et sains de proximité, recherche constante de la qualité.

Des traditions qui s'exportent

Le nom de La Williamine, l'eau-de-vie à base de poires fabriquée à Martigny, est suffisamment célèbre pour être couramment utilisé comme nom commun. C'est pourtant une marque déposée de la distillerie Louis Morand. Depuis quelques années, cette distillerie traditionnelle a bouleversé ses techniques de production : les alambics sont maintenant pilotés par informatique, ce qui permet une plus grande précision que celle de la gestion manuelle. L'entreprise a également créé de nouveaux produits : eaux-de-vie plus légères, gamme élargie de sirops naturels. Et, surtout, elle a investi à l'exportation, en particulier en Chine, après avoir appris aux meilleurs barmen chinois les recettes de cocktails maison. Aujourd'hui, les exportations représentent un quart de ses ventes.
De son côté, depuis le Val-de-Travers, l'absinthe Kübler s'est imposée aux États-Unis en remportant le premier prix du concours organisé par le *Berevage Testins Institute*, qui fait office de référence en matière de boissons alcoolisées. Après une âpre bataille, l'interdiction de vente d'absinthe aux États-Unis a été supprimée. La fée verte « hautement recommandée » est maintenant distribuée dans 38 États.

L'eau précieuse

Terminons par la boisson la plus simple : l'eau. La Suisse en est très riche, que ce soit en lacs, rivières, fleuves, torrents, mais également en eaux minérales. Aproz, Henniez, Valser sont des marques très connues.
En voici une dont la renommée reste valaisanne : l'eau suisse premium Sembrancher. Fière de son label « Eau minérale naturelle », elle est issue de la fonte nivale du Mont Catogne. Connue depuis le XIIIe siècle et participant à la renommée du village, elle est maintenant embouteillée à la source dans des bouteilles de verre neuf, ce qui lui permet de conserver sa pureté et son goût. Sembrancher a choisi de la produire en petite quantité ; elle est introuvable dans le commerce et n'est distribuée que dans les restaurants répondant à une charte de qualité rigoureuse. Si vous la voyez sur la carte, n'hésitez pas. ■