

Gastroimpuls ne se contente pas de jouer cartes sur table:

# GASTROIMPULS DÉCOLLE POUR DE NOUVELLES SPHÈRES GASTRONOMIQUES

Avec son assortiment complet, Gastroimpuls propose une très grande diversité de produits pour le service de table tout en se distinguant également dans la vente d'articles de consommation courante.



**Roger Lütolf est le nouveau directeur de l'entreprise familiale Gastroimpuls dont il reprend la direction opérationnelle en collaboration avec Michael Ritz. Avec cette solution de reprise de management, les actionnaires majoritaires Mario Hunkeler et Magdalena Ritz se donnent les moyens de poursuivre le développement de cette entreprise qui dispose d'un assortiment complet d'articles pour le service de table, de consommables et de matériel de cuisine. Cette entreprise se réjouit d'une large notoriété au sein de la branche et dispose, avec le Gastronomate à son bord, d'un élément tout à fait génial en mesure d'attirer tous les regards. Ce n'est d'ailleurs pas la seule chose qui y attire le regard, comme nous l'avons remarqué en visitant les lieux.**

Texte: Sabine Born | Photos: Nicole Stadelmann et m.à d.

**M**ario Hunkeler et Magdalena Ritz sont les représentants de la troisième génération à gérer l'entreprise familiale Gastroimpuls. Il y a douze ans, Mario Hunkeler reprenait l'affaire de son propre père. Aujourd'hui, avec sa partenaire, il met en œuvre, à point nommé, la solution de reprise de l'entreprise. Les deux actionnaires majoritaires ont ainsi engagé, début 2022, le très polyvalent Roger Lütolf, âgé de 47 ans, une personnalité au bénéfice d'une très longue expérience dans les domaines du marketing, de la direction et des processus de numérisation. Récemment, ce citoyen de la ville de Lucerne était membre de la direction et spécialiste marketing de l'association

du personnel Hotel & Gastro Union. Auparavant, il a également travaillé pendant onze ans auprès de la maison Hug AG en assumant la responsabilité de la mise en place et de la direction du marketing gastronomique.

Avec Roger Lütolf et Michael Ritz, qui collabore depuis de nombreuses années à la direction de Gastroimpuls, c'est désormais une «nouvelle génération» qui a pris la barre de cette entreprise familiale lucernoise. Leur arrivée est marquée, entre autres, par un tout nouveau site Internet, y compris le lancement d'un nouveau magasin en ligne. L'entreprise a en effet quelques beaux atouts dans ses manches. Pot-au-Feu s'est rendu à Lucerne et a rendu visite à cette équipe très sympathique. Le très sobre bâtiment qui abrite les activités de l'entreprise dans un quartier industriel de Lucerne ne dévoile rien de l'espace d'exposition aux généreuses dimensions qui s'y trouve. Ce dernier représente un impressionnant miroir d'un très grand webshop dont les plus de 20 000 articles comprennent tout ce dont l'hôtellerie et la restauration peuvent avoir besoin, en plus des produits alimentaires et des différents éléments d'équipement – en particulier tout ce qu'il faut pour une table dressée à la perfection dont la vaisselle est sans doute l'élément principal sans qu'il soit pour autant le seul.

#### **Variation avec Mix & Match**

En entrant dans le local d'exposition, le visiteur croise tout d'abord de nombreuses vitrines présentant des séries comportant de nombreuses pièces de vaisselle – en porcelaine mais aussi des créations en grès, en céramique et en argile, le tout assorti et présenté avec beaucoup de goût et de classe. Des tables dressées, les unes très sobres, d'autres plus opulentes, avec des sièges et des lustres baroques, apportent un

**Le soin minutieux porté aux détails joue un rôle très important non seulement en cuisine mais également pour le service de table.**



**Visite possible également sans prise de rendez-vous: l'espace d'exposition de Gastroimpuls est librement accessible pendant les heures normales d'ouverture. Il convient cependant de convenir d'un rendez-vous si l'on désire bénéficier de conseils étendus.**

peu de variété et présentent ces précieux accessoires comme un tout très harmonieux. Au niveau des couleurs, le blanc domine, bien que de nombreux fabricants se donnent désormais aussi la peine d'intégrer de la couleur à leurs productions. En témoignent de très beaux exemplaires en bleu azur, en mollasse ou en vert pomme ou vert jade, dans de douces teintes pastel ou encore décorés de motifs en filigrane. Des vernis réactifs, appliqués à la main, font la part belle aux effets aléatoires qui apparaissent naturellement dans le four à cuire – et Michael Ritz souligne effectivement qu'il y a énormément de travail à la main investi dans de nombreux produits.

### «SEULE LA SYMBIOSE ENTRE SAVOIR-FAIRE CULINAIRE, SERVICE COMPÉTENT ET SERVICE DE TABLE ATTRAYANT EST EN MESURE DE RENDRE L'EXPÉRIENCE AU RESTAURANT UNIQUE EN SON GENRE.»

Roger Lütolf, directeur de Gastroimpuls.

La beauté de tout cet assortiment: «Au lieu de débarrasser l'ensemble de sa série de vaisselle de porcelaine blanche, le restaurateur peut mettre des accents avec quelques pièces colorées individuelles et donner ainsi un nouvel éclat à son service de table en fonction des mets ou des saisons» explique Roger Lütolf pour décrire une tendance originaire du secteur de la mode qui a soudain été adoptée par l'aménagement d'intérieurs et les

services de table. Cette nouvelle tendance s'appelle Mix & Match et représente la liberté de combiner des éléments qui semblent incompatibles, apparemment de manière aléatoire mais néanmoins pas arbitrairement, bien au contraire: sur la base d'une sélection rigoureuse et de manière à ce que ces éléments soient harmonieusement assortis.

#### Grand choix d'articles de consommation courante

Entre-temps, l'assortiment de couverts offre, lui aussi, une plus grande variété. Une finition mate ou des exécutions en noir, en or ou aux couleurs de l'arc-en-ciel viennent compléter les couteaux, les fourchettes et les cuillers polis et lustrés. Quelques vitrines plus loin, on admire de ravissants verres de cristal à remplir de vin, de Champagne et d'eau mais également des carafes, des décanteurs et des bouteilles à eau, un nombre incroyablement élevé d'articles individuels qui, une fois combinés, font naître une ambiance de table tout à fait captivante afin de mettre en scène comme il convient les premiers rôles d'une soirée au restaurant – tout ce qui vient de la cuisine – et de contribuer ainsi de manière déterminante à ce que la visite du restaurant constitue un moment tout à fait spécial dans nos vies.

Moins spectaculaires mais néanmoins tout aussi importants: les articles de consommation courante tels que le papier ainsi que les produits pour le nettoyage et l'hygiène. Gastroimpuls propose également un grand nombre d'articles extrêmement utiles pour les bars, les buffets, la cuisine et le service: de la vaisselle jetable, voire biologiquement dégradable, des tabliers de buffet, des housses pour tables surélevées, des plats GN ou des boîtes à couvert hulu, un



Mix & Match est une tendance lourde. De la porcelaine Steelite blanche et colorée, judicieusement assortie.



Le design nordique de Figgo, avec ses touches de couleur, convainc les clients, quel que soit le plat servi.

bestseller développé par le père de Mario Hunkeler qui a connu un succès mondial. La maison Gastroimpuls se distingue également dans ces domaines en ce qui concerne la variété de l'assortiment, sa disponibilité et sa logistique, une compétence éprouvée que la nouvelle équipe de direction entend bien accroître encore tout en faisant souffler une nouvelle brise au sein de l'entreprise. Pot-au-Feu a fait son enquête:

**Roger Lütolf, depuis le mois de janvier 2022, vous êtes le nouveau directeur de Gastroimpuls. Pourquoi aviez-vous envie de relever ce défi?**

**Roger Lütolf:** Dans une entreprise familiale comme celle de Gastroimpuls, je peux faire bouger les choses et ceci d'autant plus que Mario Hunkeler et Magdalena Ritz visent effectivement à développer l'entreprise. Ils se chargent des tâches stratégiques alors que Michael Ritz et moi-même nous occupons des affaires courantes. Bien entendu, les deux secteurs d'activité se recoupent: ils restent néanmoins actifs au niveau opérationnel alors que nous participons également à la réflexion stratégique.

**Qu'apportez-vous concrètement à l'entreprise?**

**Roger Lütolf:** Grâce à mon expérience et avec mon MBA en transformation numérique, je dispose, entre autres choses, d'un grand nombre d'instruments afin de développer des stratégies numériques. Michael Ritz est, lui aussi, très ouvert aux thèmes numériques et a récemment fourni un travail conséquent pour concevoir notre nouveau shop en ligne.

**Michael Ritz:** Quoi qu'il en soit, nous ne prévoyons pas de tout bouleverser car l'entreprise travaille déjà depuis de nombreuses années avec succès sur le marché. Nous entendons donc enrichir le savoir-faire déjà existant par nos réflexions respectives.

**Mario Hunkeler et Magdalena Ritz n'ont-ils pas réglé leur succession de manière étonnamment précoce?**

**Roger Lütolf:** Oui, j'admire leur démarche prospective. Une telle décision est courageuse mais néanmoins entièrement correcte du point de vue de l'entreprise. Lorsque la solution de reprise est esquissée suffisamment tôt, la transition peut se faire sans urgence, ce qui constitue très certainement un grand avantage.

**Michael Ritz:** Notre assortiment comporte plus de 20 000 articles et il faut tout d'abord apprendre à s'y retrouver. Il faut également acquérir la capacité de reconnaître les tendances ainsi que les connaissances relatives aux matériaux, ce qui demande du temps. En guise de voyage de formation, nous avons récemment visité nos partenaires exclusifs Steelite



## A feuilleter

Le catalogue global 2022/23 de Gastroimpuls reste encore très utile, même à l'ère numérique. Il est possible de passer des commandes et/ou de le feuilleter en ligne sous [www.gastroimpuls.ch](http://www.gastroimpuls.ch).

Mix & Match est une tendance qui exige des conseils judicieux.

i

## Ce qui s'est passé jusqu'ici:

En 1946, Josef Hunkeler lance un commerce de cartes à jouer et de papeterie tout en élargissant continuellement son assortiment. Dans les années 60, ses fils, Josef Jun. et Bruno Hunkeler étendent les activités d'achat au niveau international. Sous la direction de Bruno Hunkeler, à partir de 1998, la raison sociale est transformée en Hunkeler Gastro AG. Depuis là, après les reprises des entreprises Buchecker AG, Grüter Suter Gastro et Sternegg AG, l'entreprise investit également fortement dans son expansion. En 2010, Mario Hunkeler reprend la direction de l'entreprise en troisième génération avant d'élargir l'équipe de direction en 2015 avec Magdalena Ritz et en 2019 avec son fils Michael. Aujourd'hui, la maison Gastroimpuls qui emploie environ 20 collaborateurs, fait partie des fournisseurs leaders d'articles pour le service de table en Suisse. Au début de l'année, Roger Lütolf a repris la direction opérationnelle de l'entreprise avec Michael Ritz. Ces derniers se concentrent sur la consolidation et la numérisation de l'entreprise familiale alors que Mario Hunkeler et Magdalena Ritz continuent de conseiller les clients et veillent à assurer le développement stratégique de l'entreprise.

## TABLE TOP



Sur son nouveau magasin en ligne, Gastroimpuls présente plus de 20 000 produits. Quant au «showroom», il présente, lui aussi, un nombre assez remarquable d'articles.



Un service malin: le robot de Gastroimpuls sert du café et de l'eau minérale aux visiteurs de l'espace d'exposition de l'entreprise.



Des pièces éclatantes assorties entre elles de manière professionnelle.



Des concepts orientés aux besoins des clients: pour le sushi-bar, le steakhouse, l'apéro ou le chalet à fondue.



«Si nous ne pouvons pas influencer la qualité des mets servis et du service, nous le pouvons fort bien avec l'atmosphère générale» explique Roger Lütolf, directeur de Gastroimpuls depuis le début de l'année.

en Angleterre et Figgjo en Norvège. Cela aura représenté une expérience extrêmement impressionnante et enrichissante pour notre activité de conseil.

**Vous distribuez en exclusivité les produits Steelite et Figgjo en Suisse – qu'est-ce qui distingue ces gammes?**

**Michael Ritz:** Figgjo est une entreprise à gestion familiale qui pratique une communication très ouverte et ressemble donc beaucoup à notre propre entreprise. Sa production se distingue par une grande importance vouée au travail manuel et Figgjo offre la possibilité d'individualiser de très petites séries à partir de 48 pièces. C'est quelque chose de tout à fait inhabituel car le nombre minimal de pièces est souvent fixé à 500 ou 1000 pièces. De plus, le design norvégien est actuellement très demandé.

## «NOUS VOULONS METTRE AU POINT DES SOLUTIONS EN COLLABORATION AVEC NOS CLIENTS ET NON PAS SEULEMENT VENDRE DES PRODUITS.»

Michael Ritz, directeur-adjoint de Gastroimpuls.



**Un duo compétent aux commandes de l'entreprise: Roger Lütolf est chargé à la fois de la direction et des affaires extérieures. Michael Ritz est directeur-adjoint et responsable de toutes les affaires internes à Gastroimpuls.**

**Roger Lütolf:** Il faut ajouter que Steelite fait partie des plus grands producteurs d'Europe. Là aussi, il est possible d'individualiser à partir de 144 pièces. Ces produits contiennent, eux aussi, beaucoup de travail manuel et d'inventivité. La vaisselle est recouverte d'un vernis spécialement développé par l'entreprise avant d'être cuite au four à très hautes températures. De ce fait, ces pièces de vaisselle sont extrêmement stables. Pour souligner cette stabilité, Steelite offre ce qu'elle appelle une garantie de 5 ans contre les éclats sur arêtes.

**Michael Ritz:** Les deux entreprises se distinguent aussi par leur engagement en faveur des principes du développement durable. Figgjo par exemple rejette ses eaux usées, une fois traitées, sous une forme bien plus propre qu'elles ne l'étaient auparavant et recycle certains déchets en tant que composants d'asphalte pour la construction de routes. Pour nous, de telles initiatives sont importantes et nous les communiquons volontiers à nos clients.

**Roger Lütolf:** Pour nous, Steelite et Figgjo sont deux marques très importantes, même si elles ne sont bien sûr pas les seules. Notre assortiment comprend des séries des producteurs les plus divers qui sont en mesure de créer un environnement enchanteur sur la table. Nous entendons souligner davantage à l'avenir le fait que dans la restauration, un service de table attrayant fournit une contribution décisive à l'expérience globale vécue par les clients.

**Qu'entendez-vous par là?**

**Roger Lütolf:** Une excellente cuisine ne l'est plus qu'à moitié si le service et l'atmosphère ne sont pas à la hauteur. Un service discourtois, une table placée en plein courant d'air ou un couteau sans mordant sont autant d'éléments qui réduisent à néant la meilleure des nourritures. Seule la symbiose entre savoir-faire culinaire, service compétent et service de table attrayant est en mesure de rendre l'expérience au restaurant unique en son genre.

A cet effet, nous nous sommes assurés la collaboration de plusieurs ambassadeurs. En cette qualité, ces derniers contribuent à souligner l'importance de l'atmosphère et nous recommandent lorsqu'un concept le permet. Il s'agit de coopérations basées sur une liberté totale visant à porter leurs fruits dans les deux sens.

**Qui avez-vous recruté concrètement?**

**Roger Lütolf:** De jeunes sauvages et des têtes innovantes provenant des domaines les plus divers. En tant que chef de cuisine privé, Ralph Schelling a par exemple enthousiasmé des stars mondiales telles que Tina Turner ou Coldplay. Rolf Mürner est champion du monde des pâtisseries et Kevin Wüthrich est un jeune artiste-cuisinier avec une signature claire et durable en cuisine.

## TABLE TOP

**Michael Ritz:** Les deux artistes cuisiniers Pascal Schmutz et Adrian Bühler de leur côté brillent en ce qui concerne les concepts alors que le journaliste spécialiste de la gastronomie Andrin Willi est un conseiller très apprécié auprès des entreprises, des hôtels et des gastronomes.

**Roger Lütolf:** Les ambassadeurs ne se contentent pas de fournir des impulsions à nos clients mais ils le font également pour nous, grâce à leur proximité du marché. Sans mandat concret, ils apportent une vision différente à notre entreprise et nous les recommandons volontiers également à notre tour.

**Vous rendez donc visible une partie de votre réseau. Par ailleurs, vous vous engagez en faveur de la relève – de quelle façon?**

**Michael Ritz:** Oui, nous fournissons du service de table à différentes équipes telles que les équipes nationales de cuisiniers, le Cercle Chef de Cuisine de Lucerne, les Swiss Culinary Creators ou encore le Creative Tartelettes Contest de Hug. Nous nous engageons en faveur de la branche dans son ensemble et soutenons la relève afin de rendre un peu de notre propre succès.

**Mais quel lien y a-t-il entre Gastroimpuls et l'espace?**

**Roger Lütolf (rigole):** Eh bien, à première vue, pas grand-chose. Pour nous, le Gastronomate est surtout un «eyecatcher» assez génial. Il permet de faire des jeux de mots assez amusants et représente dès lors un excellent support pour notre stratégie marketing ainsi qu'un instrument pour instaurer un peu de fraîcheur et de décontraction dans nos activités sans pour autant que ces dernières ne manquent de professionnalisme.

Cependant – et comme je l'ai mentionné ci-dessus – le Gastronomate n'est pas le seul élément qui attire les regards dans le «showroom» de Gastroimpuls. Il y en a un autre qui est en train de lui voler la vedette. Il n'a pas encore été baptisé mais il travaille d'ores et déjà, sert des boissons aux visiteurs, leur souhaite la bienvenue, se tourne et s'en va: nous parlons ici d'un robot-serviteur qui se balade dans l'espace d'exposition tout en faisant une sacrée impression. C'est exactement ce qui correspond également à Gastroimpuls et à sa nouvelle équipe: des idées créatives, orientées à l'avenir, avec une touche d'humour.



**Bien atterri: le directeur Roger Lütolf et son adjoint Michael Ritz ont ramené chez eux le Gastronomate de l'espace.**

## Tirage au sort

Comptez les Gastronomates et gagnez un bon d'achat de 1000 francs!

Question: combien de Gastronomates peut-on compter dans le nouveau catalogue global 22/23?

Catalogue global et participation sous [www.gastroimpuls.ch](http://www.gastroimpuls.ch). Bonne chance!

 Pour en savoir davantage

### Gastroimpuls

Hunkeler Gastro AG  
Grimselweg 5  
6002 Lucern  
Tél. 041 368 91 91  
[info@gastroimpuls.ch](mailto:info@gastroimpuls.ch)  
[www.gastroimpuls.ch](http://www.gastroimpuls.ch)



Pour en savoir davantage