



Les bonnes bières aiment les bons verres...

obsession pour la rentabilité. C'est le cas pour les Trentenaires, même si l'investissement frise les 750'000 francs. Un coup de foudre pour les lieux l'a fait signer le bail en mai 2014, avant même d'avoir développé le projet final et plus de six mois avant l'ouverture. La découverte, à Turin, des fameuses bières artisanales italiennes Baladin lui a fourni le concept de son futur bar. «J'ai tout de suite adoré leur variété et leur liberté d'expression, et décidé de les importer en Suisse.»

Après six mois de siège téléphonique, il parvient à rencontrer Teo Musso, le brasseur, qui accepte d'exporter l'intégralité de sa gamme de bières à destination des Trentenaires. Le bar devient ainsi leur unique point de vente en Suisse. Musso est même venu en personne présenter ses produits lors de l'inauguration, début décembre.

Les Baladin, les Trentenaires en proposent dix au robinet, et toutes les variétés sont disponibles en bouteilles, une formule qui garde la préférence des clients. Qu'elles se nomment Isaac, Wayan, Nora, Open, Etrusca, León ou Elixir, elles s'accordent à merveille à la cuisine du chef Alexis Monème, passionné de céréales et de plantes sauvages.

Qui se prête volontiers au jeu de la dégustation et de la mise au point d'accords mets-boissons avec Stéphane Jatton et les deux associés de ce dernier – son frère Jean-Christophe et Chris Nguyen, vieux compagnon de route professionnelle. «Teo Musso m'a fait découvrir tout un monde que j'ignorais, s'enflamme Stéphane Jatton. Je croyais que seul le vin se prêtait à des accords, et je me trompais!»

A part les Baladin, le bar offre environ 150 bières de Suisse et d'ailleurs, toujours artisanales; une exigence d'authenticité qui s'étend aux autres boissons de la carte, vin ou soft drinks. Pas de Coca – mais une version sans colorant ni conservateur, moins industrielle et bien plus savoureuse... De quoi combler la clientèle de tous âges. Car si «les Trentenaires aiment la bonne bière» – nom exact du bar, choisi en référence aux *Vitelloni* de Federico Fellini (qui auraient sans doute bu de la Baladin s'ils en avaient été les contemporains) – les Fribourgeois aiment les bons bars, que ce soit à vingt, trente, quarante ans ou plus.

Photo: Elise Heuberger  
Texte: Blaise Guignard

## A Fribourg, les trentenaires aiment les bons bars à bière

8.12.2015

**Un nouveau rendez-vous des amateurs de mousse ne désemplit pas depuis décembre 2014.**

Le souvenir amer (forcément) des beaux jours de la Brasserie du Cardinal n'a pas ôté le goût du houblon aux Fribourgeois. Ouvert fin novembre à la rue de Lausanne, le bar à bière café-restaurant Les Trentenaires n'a pas désempli depuis son premier jour, et les quinze robinets à pression installés au premier niveau de cette ancienne pharmacie (devenue discothèque avant son avatar actuel) fonctionnent quasiment en continu.

Il faut dire que l'emplacement de l'établissement, en haut d'une des artères piétonnes les plus fréquentées de la vieille ville, et ses hautes baies vitrées ouvertes sur un décor à la fois sobre, chaleureux et un peu vintage, ont été plus efficaces que n'importe quelle campagne publicitaire. Dès les premiers jours, à midi, les 80 couverts – le bar totalise 156 places assises sur deux étages – étaient occupés, provoquant quelques suées au sein de la petite équipe de service et chez les deux cuisiniers, et l'euphorie incrédule et un peu inquiète du patron des lieux, Stéphane Jatton.

Fribourgeois pure souche, cet ancien de l'Ecole hôtelière de Lausanne n'en est pas à son coup d'essai. Après une parenthèse aux Laiteries réunies de Genève comme contrôleur de gestion, il est revenu sur les rives de la Sarine se consacrer au «cœur de sa profession», comme il le dit, et a ouvert un premier bar à vin, le Talkwine, rue de Romont.

Sur la lancée, il a mené à bien plusieurs projets avec des fortunes diverses: un bar à shots, un take-away gourmand, un autre bar à vin à Genève. Dans le lot, il avoue quelques idées «lancées sans étude de marché, et qui n'ont pas pris». Et en guise de fil rouge de ses divers investissements, reconnaît que la passion des bons produits joue un rôle plus actif qu'une