



Action championnat
d'Europe de foot:
restaurateurs en route
pour Londres et Barcelone

Page 5

Tuyaux de l'expert:
ne passons jamais notre
mauvaise humeur sur
notre client

Page 23

SOIF

N° 11 | Novembre 2012

Le journal clients de Feldschlösschen Boissons SA – www.journalsoif.ch



Exceptionnelle!



Prix net **1.33**
au lieu de 1.63

EVE by Cardinal
24 x 27,5cl VC caisse

Litchi
Art. 10568

Passion Fruit
Art. 10656

Wild Orange
Art. 11267

Durée des offres spéciales
du 5 au 16.11.2012
Dernier jour de livraison: 16.11.2012
Action prix net sans ristourne

René Schudel

**«La communication
se caractérise par ses
multiples facettes»**

Page 8

NEW



LES PROS
DES CHIPS

Éditorial

La bonne publicité



Chères lectrices, chers lecteurs,

→ Son émission de cuisine à la télé rapporte à René Schudel, restaurateur issu de l'Oberland bernois, une excellente publicité pour son restaurant à Unterseen. Or, la majorité de ses homologues n'ayant pas ce canal à disposition, René Schudel leur recommande de communiquer avec leurs clients sur Internet, via Facebook et Twitter. Dans l'interview en **page 8 ss.**, il évoque par ailleurs le bon vieux bouche-à-oreille ainsi que l'organisation d'événements traditionnels autour d'un dîner pour entretenir les rapports et acquérir de nouveaux clients.

Un nombre considérable de clients ont joué à notre action liée au championnat d'Europe de foot, participant ainsi au tirage au sort de trois voyages. Découvrez en **page 5** les noms des heureux gagnants et leurs destinations respectives.

Et, bien entendu, la présente édition du journal SOIF vous propose un nouveau concours. Répondez au quiz à la **page 29**, et, avec un peu de chance, vous assisterez au spectacle «We Will Rock You» à Bâle. Bonne chance! ●

Daniel Zemp
Area Sales Director
Zurich ouest, ville et Oberland

Sommaire



APÉRO&ENTRÉE

La boisson du mois: Grimbergen Blonde 4

Les gagnants de l'action championnat d'Europe de foot 5

HÔTE&HOSPITALITÉ

Dîners d'entreprise réussis dans votre local: six précieux tuyaux au bon moment 7

Les propos de René Schudel, célèbre chef cuisinier de la télé, au sujet de la pub sur Internet et du bouche-à-oreille 8

MARCHÉ&TENDANCES

Swiss Bar Awards à Zurich: présentation des gagnants 13

Staropramen: bière dorée de la cité d'or 15

«Cuisinier d'Or 2012»: premier rang pour Rolf Fuchs, client Feldschlösschen 19

PEOPLE

Soirée Cardinal à Fribourg 16

SERVICE&CONSEILS

Tuyaux de l'expert: encouragez vos collaborateurs à être encore plus accueillants 21

Les pros de la communication le savent: même un faux sourire produit beaucoup 23

Le nouveau Rhäzünser à la pomme verte 25

BIÈRE&CUISINE

La Dunkle Perle parfait la saveur des noisettes de cerf rôties 22

TRINQUONS

À Gampel, le buffet de la Gare fête ses 70 ans 27

CONCOURS

Gagnez des billets pour la comédie musicale «We Will Rock You» à Bâle 29

CONNAISSEZ-VOUS...?

Valais: nouvelle installation de mise en fût 30

PERSPECTIVES

Foire aux oignons et lumières de Noël 31

APÉRO & ENTRÉE

Informations utiles et amusantes sur le monde des boissons Feldschlösschen et la restauration.



Saisi au vol

Hitchcock à Lucerne

→ Le 26 septembre 1972, Sir Alfred Hitchcock se rendit à Lucerne pour la première de son film «Frenzy». À l'époque, il y a donc 40 ans, la bière préférée des Suisses fut également pré-

sente. Ainsi, le grand metteur en scène distribua ses autographes sur des dessous de verres Feldschlösschen, qui avaient été conçus tout exprès pour cette occasion. ●

**ENVOYEZ-
NOUS VOTRE
PHOTO
PRÉFÉRÉE!**

Une anecdote en rapport avec votre local? Partagez-la en envoyant une photo à durst@fgg.ch.

Le saviez-vous?

80% des Suisses âgés de 14 ans révolus surfent sur Internet plusieurs fois par semaine. Ils le font surtout pour s'informer et pour correspondre par e-mail. 2,81 millions de Suisses sont enregistrés sur Facebook, tendance à la hausse surtout parmi les plus de 50 ans. Il n'existe aucune statistique qui révèle le nombre de restaurateurs ayant leur propre site ou communiquant par le biais des réseaux sociaux. Selon l'avis des experts, vers les 90% des restaurateurs en Suisse présentent les prestations et les coordonnées de leur local sur Internet.

.....

LA BOISSON DU MOIS

Les jours se font plus courts et les températures baissent – le temps rêvé pour savourer après le travail une bière corsée de Belgique. La **Grimbergen Blonde** est une bière typique de l'abbaye, au goût malté et fruité. Ce vaisseau amiral de la brasserie Grimbergen est disponible en bouteille et à la pression. Également en bouteille: la Grimbergen Double foncée légèrement amère, ainsi que la Grimbergen Triple, d'apparence rousse, qui doit son caractère à diverses variétés de houblon et au sucre candi.

Les bières Grimbergen font partie des bières spéciales tout particulièrement appréciées par les clients. Par ailleurs, leur consommation garantit aux restaurateurs des marges et par conséquent des gains plus élevés.



Restaurateurs vainqueurs à l'action championnat d'Europe de foot

Salutations de nos clients depuis Barcelone et Londres

Ils ont participé à l'action championnat d'Europe de foot lancée par Feldschlösschen, Cardinal et Carlsberg, et ils ont été récompensés: trois restaurateurs sont partis en voyage à Barcelone respectivement Londres avec leurs collaborateurs.

→ Tout comme leurs clients, les restaurateurs ont, eux aussi, pu participer à cette action et gagner des prix alléchants. En collectionnant les cartes et les tickets à gratter, reçus de Feldschlösschen, et en les renvoyant à Feldschlösschen dans une boîte-réponse qui leur avait été mise à disposition, ils participaient au tirage au sort. Les heureux gagnants ont pu entamer un voyage en équipe de six personnes et vivre ainsi une excursion inoubliable.

Gagnants enthousiasmés

Ainsi Paul Naeff, client Cardinal de l'Hôtel du Lion d'Or à Vuarrens, a pris l'avion pour Barcelone avec son équipe. Sales Manager Patrik Muller a accompagné le sextuor. «Par des tem-

pératures jusqu'à 27°, nous avons profité de la ville, des tapas et bien évidemment de la bière. Un grand merci à Feldschlösschen pour l'impeccable organisation», s'exclame Paul Naeff.

Avec cette action, Feldschlösschen a contribué à l'ambiance dans plus de 3000 locaux en Suisse. En commandant une Feldschlösschen ou une Cardinal, les clients pouvaient parier sur le futur champion et décrocher comme prix principal un voyage au pays du champion d'Europe. Dans les locaux de Carlsberg, les consommateurs reçurent des tickets à gratter et pouvaient gagner un voyage VIP pour assister à un match à domicile de Arsenal Londres. ●



La clé du voyage: la boîte-réponse.



Soleil d'automne à Barcelone: l'équipe de l'Hôtel du Lion d'Or à Vuarrens.

APERÇU DES VAINQUEURS

- **Feldschlösschen:** Un week-end prolongé pour six personnes à Barcelone avec trois nuitées et 500 Euro comme argent de poche pour chaque personne, a été gagné par le **Titanic Pub à Reinach**.
- **Cardinal:** Un week-end prolongé pour six personnes à Barcelone avec trois nuitées et 500 Euro comme argent de poche pour chaque personne, a été gagné par l'**Hôtel du Lion d'Or à Vuarrens**.
- **Carlsberg:** Un voyage à Londres pour six personnes pour assister à un match de Arsenal Londres, incl. vol et séjour VIP a été gagné par **Freizeit- und Sportarena à Adelboden**.

Point de vue

«Une recommandation vaut mieux qu'un article de journal»

« Le bouche à oreille est la meilleure et la plus importante publicité qui soit. Après tout, une recommandation est bien plus précieuse qu'un article journal, puisqu'elle représente un témoignage personnel. À la campagne, le bouche à oreille occupe un rang particulièrement important. En ville, vous mobiliserez plus facilement les foules, mais à la campagne,

Sacha Rösch,
Fukeneh Pub
à Eiken.



comme c'est le cas chez nous à Eiken, les relations personnelles jouent un rôle beaucoup plus important lors du choix d'un restaurant. Pour atteindre que vos clients parlent de vous à leurs amis, laissez une bonne impression! La qualité et surtout le service doivent être impeccables. Chez nous, les clients apprécient beaucoup le fait que nous serrons la main à chaque client

quand il entre et quand il sort. Ce geste montre au client qu'il est le bienvenu et le met à l'aise dès son arrivée.

Par ailleurs, nous profitons de nos bonnes relations avec d'autres restaurateurs. Lorsque nous organisons un événement, nous en informons tout le monde. Cela aussi, c'est du bouche-à-oreille. >>>

→ www.fukeneh.ch



APÉRO-TIME

NOUS VOUS CONSEILLONS:



BOUTEILLE	CHF
PROSECCO 20 CL	3.30 3.15
PROSECCO 75 CL	8.50 7.70
PRIX PAR PALETTE	7.20 8.95
SPUMANTE ROSÉ 75 CL	9.80 8.95

FELDSLÖSSCHEN
Part of the Carlsberg Group

Offre valable du 5 au 16 novembre 2012

Passez commande au 0848 80 50 10 ou sous www.fgg-shop.ch et demandez notre carte des vins avec l'assortiment complet.

Du vin. Tout simplement.

horeca

HÔTE & HOSPITALITÉ

Des idées de génie, des classiques intemporels. Quand innovation rime avec tradition.

Fêtes d'entreprise réussies

→ En organisant des fêtes d'entreprise, les restaurateurs peuvent s'offrir eux-mêmes un cadeau de Noël. Pour un succès sans faute, observez les points suivants:

1 Marketing: faites savoir à vos clients que vous proposez des dîners d'entreprise. Communiquez-le sur Internet et lors de vos entretiens personnels.

2 Bien plus qu'un dîner: un repas classique ne suffit plus à lui seul pour éveiller l'attention d'une entreprise. Distinguez-vous de vos concurrents par un programme-cadre. Que diriez-vous par exemple d'une dégustation de bières et d'une bière différente à chaque plat?

3 Conseil: Quelqu'un ne boit pas d'alcool? Y a-t-il parmi les invités des allergiques, des végétariens? Pour vous organiser, veillez à éclaircir ces questions lors de votre entretien préparatoire avec le client.

4 Préparation: Planifiez soigneusement le travail à la cuisine et le service et donnez des instructions précises à vos collaborateurs. Soyez présents lors de l'événement.

5 Durée illimitée: La soirée ne se termine que lorsque le dernier invité s'en va. Ne pressez personne. Le repas annuel représentant pour beaucoup l'apogée de l'année de travail, évitez qu'il ne finisse en queue de poisson.

6 Suivi: Le client était-il entièrement satisfait? Faites un débriefing. Vous augmentez ainsi vos chances d'être rechoisis l'année prochaine. ●

Une App pour économiser du temps

Les applications personnalisées ou standardisées permettent aujourd'hui d'assurer la quasi-totalité de la gestion d'une entreprise de restauration à l'aide d'appareils mobiles.

Ainsi, il vous reste plus de temps à consacrer à vos clients. Il y a deux ans déjà que Feldschlösschen propose cet atout à ces clients: à l'aide de l'application «Mobile Shop», basée sur navigateur, ceux-ci peuvent régler leurs tâches administratives où et quand ils le désirent – depuis chez eux, lors de l'inspection des stocks ou encore en route. Autres avantages pour les restaurateurs: gamme de produits standards visible au premier coup d'œil, informations concernant des actions, contrôle des coûts grâce à la facturation directe des produits commandés... L'emploi d'un mot de passe sécurisé garantit par ailleurs la protection des données.

→ www.fgg-shop.ch/mobile



UNE BIÈRE AVEC ...



... Remo Neuhaus, entrepreneur, conseiller en restauration, photographe

« Quelles sont les plus fréquentes erreurs de communication dans la restauration? »

Je constate souvent une absence déplorabile de stratégie publicitaire. Ensuite: la discourtoisie.

Dans quelle direction s'orienter pour réussir?

L'avenir appartient aux restaurants italiens – la bonne cuisine et une petite touche d'*italianità* sont toujours en vogue. Il en va de même pour une alimentation saine et pour les dîners organisés autour d'un événement.

Un partenaire sur qui vous pouvez compter pour vos événements?

Depuis des années, Feldschlösschen est pour moi le partenaire idéal. Dernièrement lors de «The Finest Hour», où j'ai assisté à la plus longue fête nocturne de l'année en tant qu'ambassadeur.

Votre intérêt principal en matière de restauration?

Le plaisir et la passion de chaque restaurateur envers son travail. Le plaisir est le secret du succès. >>>

→ www.neuhaus-c.ch

→ www.remoneuhaus.com

René Schudel, restaurateur:

«Le bouche-à-oreille reste ce qui fonctionne le mieux»

René Schudel présente depuis bientôt cinq ans sur la chaîne ProSieben Suisse le «Funky Kitchen Club». Son restaurant à Unterseen, le «Benacus», en profite aussi. Dans son interview à SOIF, ce client de Feldschlösschen parle de son travail et des formes de communication utiles aux restaurateurs. Non sans en tirer une intéressante conclusion: malgré TV, Twitter, Facebook & Cie, le bon vieux bouche-à-oreille fonctionne toujours aussi bien.

mon petit format qui dure douze minutes. Il n'est pas question d'arrêter.

Quel est votre public cible?

La plupart des styles de musique ne parlent qu'à une seule génération: il en est autrement pour la cuisine, car elle dépasse les âges. Des ados aux seniors, tous regardent le «Funky Kitchen Club».

A propos des ados: ne demandent-ils pas surtout du fast food et des menus préparés?

Certains oui, malheureusement, mais ce phénomène déplorable touche aussi les personnes plus âgées. Beaucoup ne connaissent plus l'original, ne savent plus que le lait vient de la vache et non du supermarché. Bon nombre de mes collègues cuisiniers sont trop peu compétents au sujet des produits. Un exemple simple: la saisonnalité. Je ne comprends pas que quelqu'un mette des fraises au menu en janvier ou février. Le chef que j'avais lors de mon apprentissage est toujours un exemple pour moi. Quand je lui demande quelque chose, il n'a pas besoin de se renseigner sur Wikipédia. Il connaît les propriétés de chaque morceau de viande et la saisonnalité de tous les fruits et légumes.

Essayez-vous de transmettre de telles connaissances à vos spectateurs?

À la base, l'émission doit divertir et amuser. Mais en plus je souhaite proposer certaines idées et stimuler la créativité des spectateurs. Le «Funky Kitchen

« Vous utilisez la télévision comme plateforme de communication. Que vous apportent ces apparitions télévisées, à vous et à votre restaurant? »

Elles apportent beaucoup. Depuis cinq ans je passe sur ProSieben Suisse – et il y a des retombées, évidemment. Les émissions m'amènent de nombreux clients venus de toutes les régions de Suisse alémanique, et même d'Allemagne. Je profite aussi du fait que dans toute l'Europe, et jusqu'en Russie les hôtels, aient ProSieben Suisse et donc aussi le «Funky Kitchen Club».

Combien de temps encore voulez-vous faire l'émission?

C'est le marché qui le décidera, le taux d'audience. Heureusement, il est toujours en augmentation, mais cela dépend aussi de la saison. Et s'il y a un match de foot important le mercredi soir sur une autre chaîne, le taux d'audience s'en ressent. Mais en général je suis très content de

*Légumes de saison:
René Schudel au travail dans les cuisines du «Benacus».*



Urs Lindt, Freshfocus / mäd

Club» n'est pas un cours, mais il est beau de pouvoir transmettre quelque chose de durable.

La plupart des professionnels de la restauration ne passent pas à la télévision. Quelles formes de communication leur recommandez-vous?

La télévision est aujourd'hui presque le vestige d'une période révolue. Les nouveaux médias comme Facebook, Twitter et Youtube offrent des possibilités bien meilleures pour communiquer de manière individuelle.

RENÉ SCHUDEL

René Schudel est l'étoile montante de la cuisine suisse, distingué par le «Best of Swiss Gastro Award». Ce Bernois de 36 ans dirige à Unterseen, près d'Interlaken, le restaurant «Benacus», et propose sur ProSieben Schweiz depuis quatre ans son émission de cuisine à succès, le «Funky Kitchen Club».

→ www.reneschudel.ch

→ www.benacus.ch

→ www.funkykitchenclub.ch



Est-il vraiment utile que le patron du «Café du commerce» à Moulin-sous-bois twitte comme un fou?

Pourquoi pas? S'il a un réseau local avec le club de hockey, des associations et les pompiers, twitter est utile. Mais il faut être conscient que cette forme de communication prend du temps et que les informations transmises doivent être pertinentes.

Pommes d'amour percées: René Schudel cuisine avec passion.

► **Combien est-ce qu'un restaurateur local doit investir dans le site internet de son établissement?**

Avoir un site internet professionnel et mis à jour quotidiennement demande beaucoup de travail, mais cela offre aussi de nombreuses possibilités, notamment l'interaction avec les clients et la mise en ligne de petits films. Ce genre de sites, créés et entretenus au prix d'importants efforts, doit naturellement être rapide et accessible sur les smartphones. Cela coûte cher. Je recommande donc aux patrons de plus petits établissements un site statique, qui donne juste les informations principales: le nom du restaurant, son adresse, ses horaires d'ouverture et le genre de cuisine que l'on y sert.

Il y a de nombreux fournisseurs d'Apps de cuisine. Comment choisir les bonnes?

Le monde du web est sans limites, comme les possibilités d'y dépenser de l'argent. On devrait toujours se demander ce que cela nous apporte concrètement. Il est plus judicieux pour un restaurant simple de se limiter à une forme de communication simple et bon marché.

Par exemple, le bouche-à-oreille?

Exactement. Le bouche-à-oreille est toujours ce qui fonctionne le mieux. C'est la stratégie marketing la plus solide, avantageuse et durable. Elle exige de bien travailler tous les jours. Et de regarder les clients dans les yeux après le repas pour leur demander avec un réel intérêt s'ils ont apprécié.

Le bouche-à-oreille est-il encore important pour quelqu'un qui, comme vous, a une grande notoriété médiatique?

Bien entendu, le «Benacus» à Unterseen vit aussi du bouche-à-oreille. Récemment, nous avons servi un couple de Bâlois.



La cuisine, une passion: René Schudel dans son restaurant le «Benacus», à Unterseen.

Ils nous ont recommandé à quatre autres Bâlois, qui sont venus grâce à leurs conseils. Cela me plaît, mais cela crée aussi des obligations.

Recommandez-vous des annonces dans les journaux locaux?

Pour avoir du succès, il faut deux choses: la santé, et une ville d'origine. J'entends par ville d'origine une base logistique et des gens qui me soutiennent. Dans cette optique, oui, les annonces dans les journaux régionaux sont importantes. Mais la presse écrite est moins réactive et trop lente, comparée à Internet. Je recommande plutôt d'envoyer des

lettres et cartes manuscrites.

C'est un geste très apprécié. La fréquence et le moment sont décisifs. Envoyer de la publicité lors des fêtes n'est pas très judicieux. Une invitation manuscrite à une manifestation dans votre établissement aura un bien plus grand effet.

Justement, les manifestations: une excellente occasion pour la communication?

En effet. Proposer tous les 23 décembre un buffet raclette fera

«Des événements classiques, comme une semaine de la chasse, fonctionnent bien.»

par exemple du bruit. De telles manifestations auront plus de succès que de suivre chaque mode. Les événements classiques comme une semaine de la chasse fonctionnent bien. On peut ainsi offrir ou rendre quelque chose à sa « base » et à son entourage. Ce point est souvent sous-estimé par les restaurateurs.

Peut-on et doit-on s'occuper de différentes couches sociales?

Dans un établissement parfait, le banquier et l'ouvrier s'assoient côte-à-côte et discutent ensemble. Je suis contre une gastronomie dédiée uniquement à certaines classes. >>>

ELLE A TOUT POUR ELLE.
SAUF UN ARRIÈRE-GOÛT AMER.



FELDSCHLÖSSCHEN

PREMIUM

FELDSCHLÖSSCHEN-PREMIUM.CH



DÉCOUVRIR LES SECRETS
DES GRANDS CHEFS
N'EST PAS SI DIFFICILE.
IL SUFFIT DE S'ASSEOIR
À LEUR TABLE.



THE FINE DINING WATERS

www.finedininglovers.com

MARCHÉ & TENDANCES

Des idées de génie, des classiques intemporels. Quand innovation rime avec tradition.

Elvira Bachanek a obtenu le titre «Barkeeper of the Year»

À Zurich, les Swiss Bar Awards ont été décernés en présence de 500 spectateurs enthousiasmés. Elvira Bachanek du Hexenbar à Zermatt, a obtenu le titre «Barkeeper of the Year 2012». Les six finalistes ont reçu la visite incognito du jury, qui leur a attribué des notes. Ensuite, ils devaient passer un test écrit et enfin, le soir des Awards, ils ont présenté leurs créations.

D'autres Awards ont été remis à l'Onyx Bar au Park Hyatt Hotel à Zurich (pour la meilleure carte des boissons) ainsi qu'au Kronenhalle Bar à Zurich (Best Longseller Bar). Quant au prix du Best Newcomer Bar sponsorisé par Schweppes, il a été attribué au Pier 41 à Zoug. → www.swissbarawards.ch



Ci-dessus: Barkeeper of the Year Elvira Bachanek du Hexenbar à Zermatt lors de sa démonstration.

Ci-contre: Best Newcomer Bar Ruedi Zotter (organisateur), Claudia Leuenberger (Schweppes), Markus Müller, lauréat (Pier 41, Zoug) et Jennifer Ann Gerber (présentatrice).



SIX Payment Services: un partenaire crucial pour les restaurateurs

«Le paiement par carte fait grimper le chiffre d'affaires»

Le paiement par carte fait partie d'une visite agréable au restaurant. Laurent Tschan, Senior Key Account Manager chez SIX Payment Services, sur les avantages du paiement sans espèces.

→ Quelles sont les activités de SIX Payment Services?

Notre société est le leader sur le marché suisse dans le secteur des paiements sans espèces. Nous proposons des solutions simples et fiables pour le paiement par cartes de crédit ou de débit – que ce soit au point de vente physique ou dans l'e-commerce. Un grand nombre de nos

terminaux sont déjà en service dans le domaine de la restauration.

Quel est le terminal préféré des restaurateurs?

Notre terminal mobile, le xentissimo MOBILE. Les clients paient directement à table, sans quitter leur carte des yeux. Par le biais de WLAN ou du réseau de télé-

phonie mobile, le terminal fonctionne en toute sécurité, de l'intérieur comme de l'extérieur.

Peut-on payer une bière Feldschlösschen avec la carte?



Laurent Tschan.

Bien sûr que oui! SIX Payment Services propose des solutions de paiement aux restaurants et fournisseurs de boissons. En Suisse, plus de 8000 restaurateurs ont recours à nos prestations. Payer une bière sans espèces, c'est possible. En acceptant les cartes, les propriétaires de bars et restaurants augmentent sensiblement leur chiffre d'affaires. Les clients consomment plus s'ils peuvent commodément payer par carte. ●

Contact:

+41 848 66 33 33
lead.ch@six-payment-services.com
→ www.six-payment-services.com

Wie Wellness von innen. Nur besser.

Entdecken Sie das Geheimnis der Ocean Spray® Getränke mit Cranberrysaft. Sie erfahren einen fruchtig-herben Geschmack, spüren eine Erfrischung von innen und finden ein ideales Getränk, das pur oder gemixt zu geniessen ist.

Wer's einmal probiert hat, bleibt dabei.



Ocean Spray. Das Original.

Pour un bien-être de l'intérieur.

Découvrez le goût unique d'Ocean Spray® Cranberry. Vous apprécierez son goût authentique légèrement acidulé et délicieusement rafraîchissant. Profitez du plaisir et des bienfaits d'Ocean Spray Cranberry, nature ou en cocktail.

Qui l'a goûtée une fois y reste.



Ocean Spray. L'original.



Schlör AG, 5737 Menziken, www.oceanspray.ch

Rhazünser



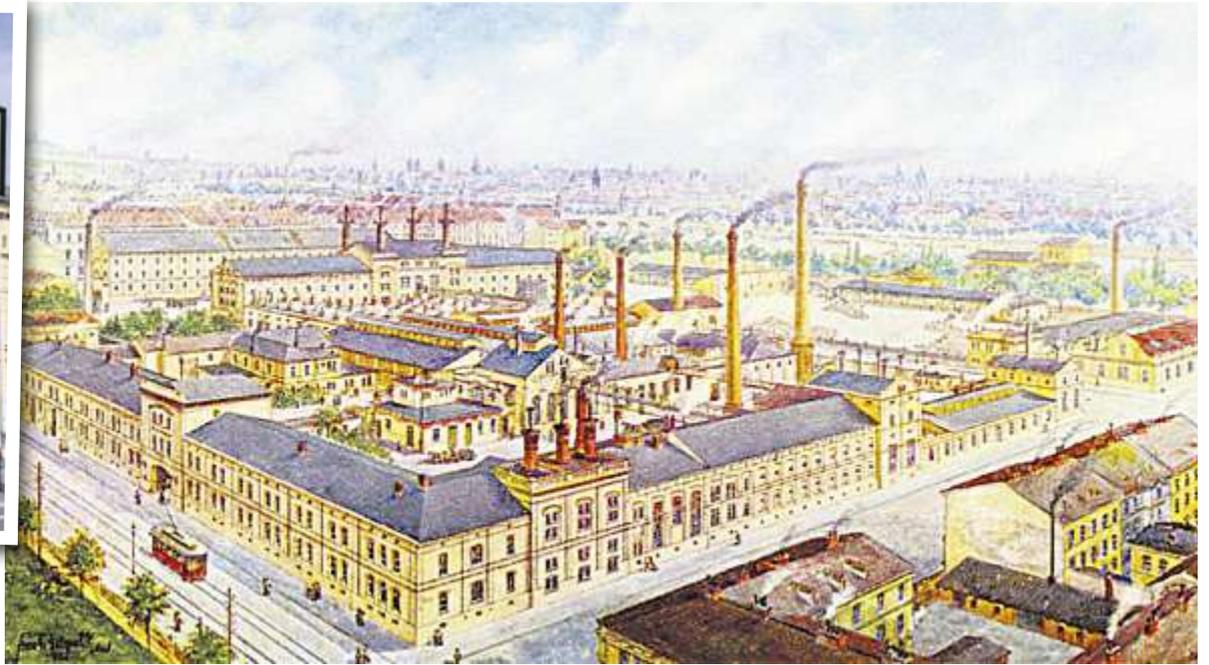
Nouveau design!

**Eau minerale naturelle
des montagnes grisonnes.
Naturellement.**

www.rhaeuenser.ch



Image ancienne de la brasserie (grande image) et le musée Staropramen à Prague (petite image).



La Staropramen rend les repas copieux plus digestes

Une bière dorée riche de tradition originaire de la «ville dorée»

Peu d'autres bières allient tradition et modernité avec autant de goût que la Staropramen. Cette bière traditionnelle de Prague se marie incroyablement bien avec la viande et le poisson.

→ «Staropramen» est un mot tchèque qui signifie «vieille source». Depuis 1869, l'authentique bière de Prague est brassée au cœur de la métropole moldave et est le symbole d'une source de première qualité qui transmet la joie de vivre. Les ingrédients de la Staropramen sont choisis avec un soin particulier et utilisés dans le respect de la tradition brassicole. Depuis plus de 140 ans, les brasseurs y sont restés fidèles et le processus de brassage au chaudron est toujours le même de nos jours. Ainsi, on a pu garder le goût incomparable de la Staropramen à travers les décennies.

Le brassage à la mode de Pilsen
Son brassage traditionnel, un processus reposant sur la



double cuisson, donne à la Staropramen ses qualités typiques et hautement appréciées. C'est de ce processus que naît la Staropramen Premium, une bière Premium d'une profonde couleur dorée, au goût rond et moyennement épicé, élaborée selon le mode de brassage de Pilsen.

Le musée Staropramen

Si vous effectuez un voyage à Prague, ne ratez pas une visite à l'exceptionnel musée de la bière de la brasserie Staropramen: on s'y croirait dans la vieille Prague. On peut y admirer de près l'art du brassage et, bien évidemment, déguster cette bière tellement populaire, assis dans des bars hypermodernes.

La boisson idéale

Si vous aimeriez goûter la Staropramen avec un plat typiquement tchèque, vous trouverez d'excellentes recettes à télécharger sur www.staropramen.com. C'est justement avec les plats copieux qu'une Staropramen s'accorde le mieux, car elle possède la particularité de les rendre plus digestes. Mais vous pouvez également la boire comme apéritif.

HOUSE OF BEER

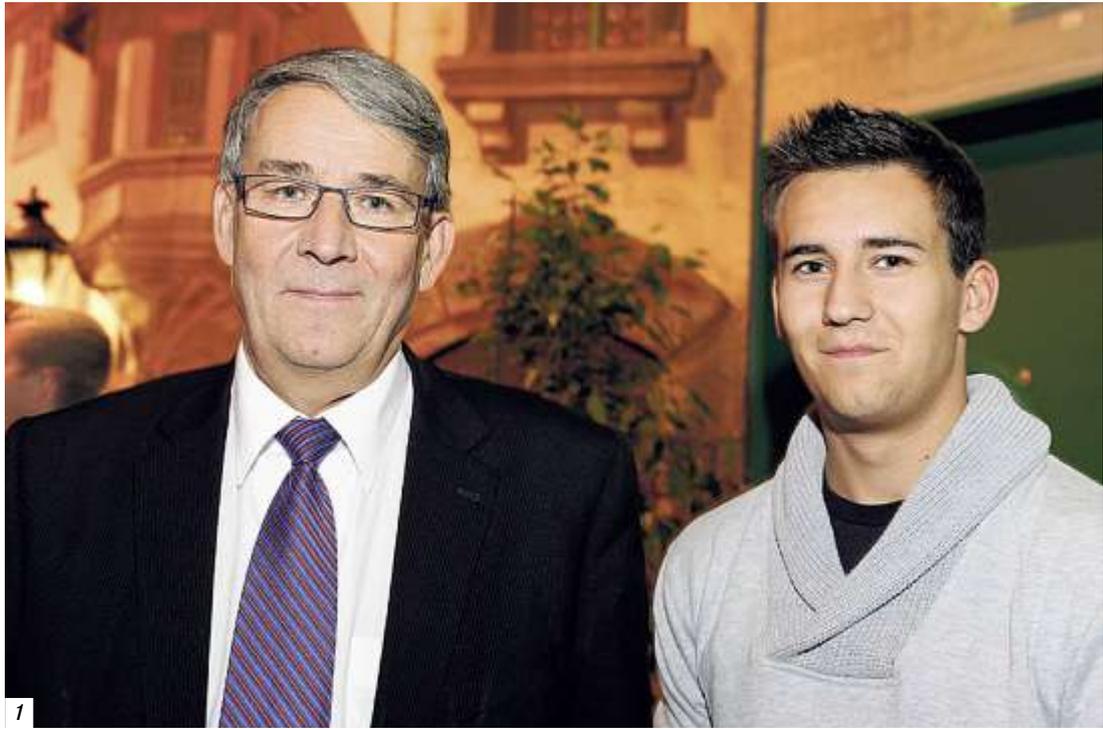
On peut obtenir l'exclusive Staropramen dans 30 pays. En Suisse, vous pouvez vous procurer cette bière à la House of Beer, la référence Feldschlösschen en matière de bières étrangères. La Staropramen existe en fûts de 30 litres et en cartons de 24x33 cl.

→ www.houseofbeer.ch

Joyeuse ambiance et discussions intéressantes à la Soirée Cardinal

Cardinal marque des points lors

Tout comme la cathédrale St-Nicolas, Cardinal est un monument de la ville de Fribourg. Comme les années précédentes, la Soirée Cardinal fut de nouveau un coup de cœur pour la société urbaine. Joyeuse ambiance et conversations passionnantes furent au rendez-vous ce soir-là, auquel ont également assisté le Conseiller aux États fribourgeois Urs Schwaller et son Fils Lukas. À Fribourg, tout le monde est d'accord: Cardinal reste la bière préférée.



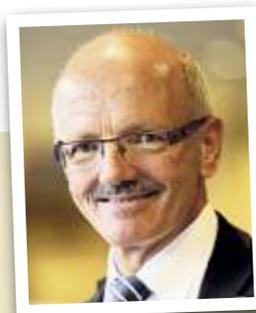
Urs Lindt / Freshfocus

s d'un festif match à domicile



Smalltalk...

... Daniel Andrey,
Responsable du dépôt
de boissons à Bulle FR



« Vous semblez passer un moment agréable à cette soirée Cardinal? »

Oui, je fais partie des adeptes de cet événement annuel depuis 1999. Autrefois, il répondait au nom de *fête des brasseurs*.

Quel plaisir et quel profit tirez-vous de cette soirée pour clients?

J'aime entretenir mes rapports, échanger des expériences et les discussions autour de la bière. J'en profite pour passer un moment sympa en bonne compagnie dans

une ambiance relax, pour déguster une bière et parler boutique. En outre, la soirée Cardinal est un endroit idéal pour agrandir mon réseau de contacts. Hélas, au cours de l'année de telles occasions se présentent rarement, par manque de temps.

Quelle est votre bière préférée?

La Cardinal, bien entendu. Après tout, c'est à cette marque établie et riche en traditions que nous devons 90 pour cent de notre chiffre d'affaires dans la région. »

1 Le Conseiller aux États fribourgeois (PDC) Urs Schwaller et son fils Lukas.

2 Cheveux roux, boucle d'oreille blonde: Melanie Harnisch (Feldschlösschen).

3 Yves et José Progin (Tea-Room le Domino, Fribourg).

4 Edouardo Albuquerque, Natalia Ambrosio et Tom Franzer (Irish Pub, Fribourg).

5 Stéphane Stöckli (Feldschlösschen) et Reto Schumacher (Café des Arcades, Fribourg).

6 Rachel Mabboux et Melanie Harnisch (tous deux Feldschlösschen)

7 Thierry Küng et Angela Dekumbis (Tea-Room Siesta, Fribourg).

8 Jeannine Caille, Marie-Claire Hermann et Philippe Hermann (Buvette le Petit Train, Fribourg).

9 Francis Riond (Boisson Riond Frères, Payerne), Gérard Schaller (Responsable On-Trade, Feldschlösschen) et Roger Riond (Boisson Riond Frères, Payerne).

10 James Bangerter (Cave des Rochers, Guin), Manfred Gauch (Cave des Rochers, Guin), Elmar et Francia Schmutz (Restaurant St. Jakob, Wünnewil), Ivan Schmutz (Cave des Rochers, Guin) et Olivier Genilloud (Escor, Guin).

11 Thomas Amstutz (CEO Feldschlösschen) et Daniel Andrey (Responsable du dépôt de boissons, Bulle FR).

12 Sébastien Zambaz, David Schumacher, Hervé Barilli, Agostino Da Costa, Harold Koch et Norbert Cuennet (Le Marcello, Fribourg).

13 Yvan Rossler, «Costa» et Dominique Papaux (Restaurant la Clef et Brasserie du Commerce, Fribourg).

14 Laurent Papaux (Papaux Catering, Marly).

15 Stephan Buchser (CEO Villars Holding).

Festissimo.ch

Profiter davantage de la Suisse!

Trouvez d'autres manifestations → www.festissimo.ch

10

14

15

Félicitations

Le Cuisinier d'Or de KADI
a été gagné par Rolf Fuchs.

Lors du Concours National de Cuisine Artistique, qui s'est déroulé le 1^{er} octobre 2012 à Berne, Rolf Fuchs a brillé et remporté le trophée le plus important de la gastronomie suisse.



PARTENAIRES

cash + carry
prodega **growa**

DIVERSEY

NUTRISWISS

GASTRO SUISSE
JOURNAL

smart cooking

SALVIS

Nestlé
PROFESSIONAL

Maggi

HENNIEZ

KADI
Swiss Premium  Quality

KADI SA · CH-4901 Langenthal · tél. 062 916 05 00 · fax 062 916 06 80 · www.cuisinierdor.ch · cuisinierdor@kadi.ch

La finale dominée par les clients Feldschlösschen

Cuisinier d'Or: Rolf Fuchs convainc un jury trié sur le volet

Les meilleurs chefs de l'année sont des clients Feldschlösschen: Rolf Fuchs a remporté à Berne la finale de «Cuisinier d'Or». Cinq des six finalistes sont partenaires de Feldschlösschen, dont le vainqueur.

→ La Suisse a attribué le premier au meilleur chef du pays: Rolf Fuchs, chef au restaurant Panorama de Steffisburg, a su s'imposer lors de la finale de «Cuisinier d'Or KADI 2012», qui s'est déroulée au Berner Kursaal. Grâce à ses créations innovantes, il a convaincu le prestigieux jury présidé par André Jaeger, ainsi que le jury d'honneur comprenant les grands cuisiniers Philippe Rochat, Anton Mosimann, Frédy Girardet et Eckart Witzigmann.

Animation par Kurt Aeschbacher

À partir de 15h, le silence a gagné le Kursaal fraîchement rénové de Berne. Que ce soit Adolf Ogi, l'invité d'honneur, ou les 1200 autres personnes présentes, tous les yeux étaient dirigés sur l'animateur Kurt Aeschbacher, qui annonçait : And the winner is... Rolf Fuchs! Ce cuisinier,

Rolf Fuchs pendant la finale, au Kursaal.



originaire de l'Oberland bernois, avait convaincu le jury avec son saumon écossais délicatement cuit à l'étuvée. Pendant les préparations, et même lors de l'évènement, qui s'est déroulé en live, Rolf Fuchs a prouvé sa créativité et sa passion pour la cuisine. «Une fois de plus, j'ai eu la joie de participer à un vrai concours de cuisine», a déclaré le gagnant, rayonnant de bonheur.

Le Tour Culinaire est aux portes

Mais le vainqueur Rolf Fuchs n'aura pas le temps de se reposer sur ses lauriers: il entame

dès février prochain le Tour Culinaire Suisse qui l'emmènera alors un peu partout en Suisse, dans les établissements de chefs de renom, où il présentera son menu gagnant à un public sélectionné.

Clients Feldschlösschen

Ce concours, qui est le plus connu de Suisse, a été dominé par les clients Feldschlösschen. Pas moins de cinq finalistes sur six ont un partenariat avec Feldschlösschen, dont notamment Rolf Fuchs, le vainqueur.

Les gagnants

Cuisinier d'or: 1^{er}: Rolf Fuchs (Restaurant Panorama, Steffisburg). 2^{ème}: Christoph Hunziker (Restaurant Schärmehof, Thune). 3^{ème}: Marco Viviani (Villa Principe Leopoldo Hotel & Spa, Lugano). Les autres finalistes: Mickaël Cochet (Hotel Regina, Wengen). Thomas Wyck (Restaurant Matisse, Basel). Thierry Fischer (Schloss Binningen).

Un ancien conseiller fédéral et de nombreux chefs étoilés: Adolf Ogi porte un toast avec les membres du jury.



LE CUISINIER D'OR

«Le Cuisinier d'Or de KADI» existe depuis déjà plus de 20 ans. Pour les chefs suisses actifs, cet évènement est la plateforme idéale pour présenter leurs compétences à un jury de tout premier plan. L'organisation de ce concours de cuisine est assurée par la société KADI AG de Langenthal. Parmi les sponsors, on compte également la bière française 1664, distribuée par le House of Beer de Feldschlösschen.

→ www.goldenerkoch.ch





**Le commerce équitable
grandeur nature :**

Gagne 1 des 3 voyages
au Brésil avec visite d'une plantation
d'orange de commerce équitable

Michel[®]

Cela me rend heureux
de pouvoir poursuivre
ma formation.

José, cueilleur, Brésil

Michel[®]

Du bonheur à
chaque gorgée.



SERVICE & CONSEILS

Penser et agir avec professionnalisme. Recettes du succès, idées et suggestions pour la restauration.

Les astuces de la meilleure serveuse au monde

«La communication non verbale importe»

« C'est un art que de trouver la bonne mesure en matière de communication. Nous autres employés de service, nous devons nous rendre compte des besoins du client, de ses incertitudes, ses désirs et ses tensions. Nous devons être en mesure de réaliser à travers ses petits signes, si notre client souhaite être conseillé, s'il veut commander ou payer ou cherche les toilettes, s'il recherche notre attention ou veut, au contraire, qu'on le laisse tranquille.

Mes tuyaux de communication

- Laissez votre client s'installer tranquillement, ne l'inondez pas

tout de suite de questions et d'informations.

- Veillez à accorder la même attention à toutes les personnes présentes à une table.

- Même en périodes de stress, conservez votre ton et restez souriant.

- Évitez les formules toutes faites du genre «Avez-vous réservé?» ou «Avez-vous déjà fait votre choix?». Fiez-vous à votre personnalité et votre créativité.

- Restez fidèle à votre mode de communication. Ainsi, votre présence sera authentique et agréable pour le client.

- Adaptez la quantité de vos paroles à vos clients. Sachez éva-

luer s'il est opportun de faire une plaisanterie ou non.

- Prêtez également attention à votre communication non verbale. Par exemple, le contact vi-

suel est un instrument de communication puissant. La tenue du corps, les gestes, la mimique: tout compte.

Et ce n'est que le début

En nous appropriant l'art de la communication, nous progressons fondamentalement dans notre métier. En tant qu'employés de service, nous sommes les enseignes de nos employeurs. »



Sabrina Keller: sommelière, formatrice, championne du monde.

Sabrina Keller, professionnelle de la restauration, est championne du monde de la profession et écrit régulièrement une chronique pour SOIF.

Le conseiller d'entreprise rappelle les patrons à leurs devoirs:

«Le patron doit être une modèle d'hospitalité»

Hans Peter Spreng, conseiller d'entreprise et coach, explique ce qu'il entend par hospitalité et comment les restaurateurs peuvent encourager leurs collaborateurs à être encore plus accueillants.

« Les employés de service accueillants se distinguent par leur comportement aimable et avenant. Ils manifestent un réel intérêt envers leurs clients. Sachant que le besoin d'être reconnu est inné chez les humains, ils témoignent à leur vis-à-vis le respect qui lui est dû et affichent le même comportement irréprochable qu'ils attendent d'autrui. En apercevant le client, ils vont à sa rencontre, se placent sur un pied d'égalité avec lui et s'ap-

pliquent à lui fournir une prestation qui le mette à l'aise.

En étant lui-même un modèle d'hospitalité, en encourageant ses collaborateurs à suivre son exemple et en s'entraînant avec eux, le patron d'un restaurant aura des employés de service encore plus accueillants. Dans ce contexte, il importe que le patron élabore avec ses collaborateurs une définition précise du terme d'hospitalité qu'il désire instaurer dans son local.

L'hospitalité des collaborateurs est mesurable. Toutefois, cela présuppose un objectif commun, clairement défini et le dialogue continu. Cela signifie aussi que ces sujets doivent être abordés en équipe et avec soin. Cependant, l'hospitalité ne s'intègre pas dans un programme d'incentive, étant donné qu'il ne s'agit pas d'une compétition mais d'un comportement naturel.

Définir soi-même la réalité

Il y a certes des livres qui abordent également le sujet de l'hospitalité. Mais il faut se rappeler une chose: un livre ne représente jamais la réalité quotidienne dans mon établissement. En tant que patron, il me faudra définir cette dernière par mon propre chef et la mettre en pratique. »

Hans Peter Spreng est le propriétaire de l'entreprise Concluso. Cet «institut pour le développement systémique des organisations et de la personnalité» accompagne les entreprises dans leurs processus de changement. Ce faisant, le conseiller d'entreprise Spreng agit en tant que médiateur et il est expert certifié en matière de développement de visions et cultures sociales. «Concluso» compte diverses entreprises de restauration parmi ses clients. Hans Peter Spreng vit près de Berne, il est marié et père d'une fille.

www.concluso.ch



Recettes de bière et bières assorties



Noix de cerf avec une sauce brune aux petits oignons blancs et aux canneberges sur lit de chicorée rouge avec des beignets de pommes de terre

Recette pour 4 personnes

Ingrédients

800 g	noix de cerf
300 ml	Feldschlösschen Dunkle Perle
50 g	petits oignons blancs
50 g	canneberges
	sel, sucre, poivre, Maizena
2	chicorée rouge (cicorino rosso)
30 g	lard
30 g	oignon
100 ml	crème
	sel, muscade
400 g	pommes de terre de type B
3	œufs
100 g	farine
100 g	beurre
	sel

Préparation

Assaisonner la noix de cerf et la rôtir de tous les côtés. Arroser avec la bière. Baisser le feu et laisser mijoter doucement. Couvrir et laisser cuire à feu doux pendant 20 minutes.

Tourner la viande de temps en temps. Après 20 minutes, mettre la viande de côté. Ajouter les petits oignons blancs et les canneberges au jus. Délayer la Maizena avec de l'eau et lier le jus. Relever avec du sel, du poivre et du sucre et cuire à nouveau 5 minutes. Découper la viande peu avant de servir et la tenir au chaud dans la sauce.

Pour la préparation de la chicorée, commencer par poêler les oignons finement coupés et le lard. Ajouter la chicorée coupée en lamelles. Laisser mijoter 3 minutes sans cesser de remuer. Mouiller avec la crème et laisser cuire doucement. Assaisonner.

Cuire les pommes de terre jusqu'à ce qu'elles soient tendres. Les sortir de l'eau et les laisser sécher. Les passer au passe-vite. Faire fondre le beurre dans la poêle, saupoudrer de farine et, à feu moyen, remuer jusqu'à ce que la masse se détache du fond. Verser la masse dans un bol, rajouter les œufs un par un et les incorporer à la masse. Important : ne pas ajouter tous les œufs à la fois, car il vous serait alors impossible d'obtenir un mélange lisse. Mélanger les pommes de terre avec la pâte ainsi obtenue et assaisonner.

Avec la masse de pommes de terre, former des quenelles à l'aide de deux cuillères. Passer les quenelles à la friteuse jusqu'à ce qu'elles prennent une belle couleur dorée.



Markus Raub

Saveurs douce-amère et maltée: la noix de cerf rôtie vous régale de son goût parfaitement rond.

Une bière foncée pour un goût équilibré

Combinée de manière raffinée avec la canneberge, la Dunkle Perle donne à la noix de cerf rôtie un goût bien particulier.

→ L'automne est la saison de la chasse. Mais les escalopes de chevreuil ne sont pas la panacée. Essayez donc la recette de la noix de cerf rôtie à la mode de Michael Erler. Le chef de cuisine du restaurant Feldschlösschen à Rheinfel-

den allie savamment les caractéristiques de la canneberge avec celles de la Dunkle Perle de Feldschlösschen. «Les baies au goût doux-amer et la bière maltée se combinent à merveille», explique Michael Erler. ●

ENVOYEZ-NOUS VOS RECETTES DE CUISINE À BASE DE BIÈRE !

Vous aussi vous cuisinez avec de la bière?

Alors envoyez-

nous votre recette préférée avec une photo par e-mail à durst@fgg.ch ou par poste à Feldschlösschen Boissons SA, rédaction SOIF, Theophil-Roniger-Strasse, 4310 Rheinfelden.

La rédaction SOIF choisira les plus originales recettes et les publiera.

Lefte Blonde – maltée et légère

« Pour les menus à la noix de cerf, je recommande une Lefte Blonde. Cette bière belge est plutôt légère et sied donc à merveille à ce repas copieux. Tout comme la sauce, la Lefte Blonde déploie un discret arôme de malt et offre une finale abondante. En outre, la Feldschlösschen Original représente une alternative toute aussi adéquate pour accompagner ce menu automnal. »

Thomas Klauser,
Sommelier de bière Feldschlösschen



MARCUS Knill donne des conseils en communication aux restaurateurs

«Je n'ai pas à montrer ma mauvaise humeur au client»

Il est l'un des experts en communication les plus compétents de Suisse, l'auteur de livres spécialisés et travaille aussi comme coach. Marcus Knill donne des conseils aux lecteurs et aux lectrices de SOIF pour un contact optimal avec leurs clients. Dans ce domaine, la communication non-verbale a aussi toute son importance.

→ La question de Marcus Knill nous dit déjà tout : «A quoi sert la bonne réputation d'un cuisinier en matière de grillades si le personnel de service est superficiel, voire peu sympathique?» L'expert en communication donne aussi l'exemple contraire : «A Schaffhouse, il y a un café avec des prix très élevés. Mais il est toujours plein. Le personnel est justement très sympathique et prévenant et il connaît la plupart des clients par leur nom.» Clair, non?

La recette du succès

Notre professionnel de la communication a été très marqué par une visite dans un restaurant asiatique toujours plein où le personnel accueille le client avec une gentillesse extrême. «Quand j'ai demandé à l'une des Asiatiques quelle était la recette du succès, elle m'a répondu : (Je souris toujours.) Mais n'est-ce pas artificiel de toujours sourire? ai-je demandé. Sa réponse? «Je n'ai pas à montrer ma mauvaise humeur au client.» Comme elle a raison!»

Comment gagner des clients ou les faire revenir?

... en témoignant de l'estime
... en étant à leur disposition
... en étant prêt à les aider
... en restant attentif

Selon Marcus Knill il faut éviter de:

- ne pas demander aux clients ce qu'ils désirent
- ne pas toujours prêter une attention totale à leurs besoins



◀ *L'expert en communication Marcus Knill.*

- faire des remarques déplacées
- se laisser influencer par un client désagréable

L'authenticité est importante

«Le restaurateur doit rester authentique», dit Marcus Knill.

«On ne peut s'attirer la confiance et la faveur de l'autre que si l'on se montre positif et cela est aussi valable pour la communication non-verbale.» La bonne communication commence, selon l'expert, par l'attitude face

▼ *Voici le comportement adéquat : souriez !*

MARCUS KNILL

Marcus Knill est un conseiller et un coach en communication indépendant. Il donne des séminaires dans toute la Suisse et travaille également comme coach individuel ou comme conseiller dans les situations difficiles. Cet auteur de livres spécialisés et de contributions dans le domaine de la communication est codirecteur de l'agence de communication « Knill+Knill ». Si vous désirez en savoir plus sur les conseils de Marcus Knill en matière de communication, rendez-vous sur le site www.rhetorik.ch.

→ www.knill.com

au travail, «même si tout n'est pas toujours parfait». Pour lui, cela ne fait aucun doute : «Un client sent si on lui témoigne un véritable intérêt.» ●



Avec Rhäzünser découvrez le goût!

Nouveau!

Rhäzünser plus pomme verte.
Avec **50%** de sucre
en moins.*



* Grâce au pouvoir sucrant
des glycosides de stéviol extraits
de la stévia.

**Eau minérale naturelle des montagnes grisonnes
plus 4 % jus de fruit et 6 vitamines.**

Rhäzünser
www.rhaezuenser.ch

Nouvelle saveur à la pomme verte et sucrée au stevia

Le nouveau Rhäzünser Plus est idéal comme boisson à emporter

RHÄZÜNSER POUR TOUS LES GOÛTS

Le désaltérant idéal: Rhäzünser Plus

Eau minérale naturelle gazeuse avec 4% de jus de fruit, enrichie en six vitamines. Disponible en: citron, pêche, fleur de sureau et comme nouveauté pomme verte (PET 50 cl et 150 cl).

Le grand classique:

L'eau minérale Rhäzünser

Est d'une excellente qualité et possède l'une des plus importantes teneurs en minéraux parmi les eaux minérales. Disponible en bouteille en verre de 35 cl, 50 cl, 100 cl et en bouteille plastique 50 cl et 150 cl.

Traditionnel et rafraîchissant: Rhäzünser Citro

Le Rhäzünser au citron est la boisson rafraîchissante traditionnelle. Cette eau minérale gazeuse convient parfaitement comme boisson désaltérante pour confectionner des panachés. Disponible en bouteilles plastiques 150 cl.

Un goût unique:

Rhäzünser Bergamote

Le Rhäzünser aromatisé à la bergamote, pour les amateurs de goûts uniques. La bergamote est un croisement entre le cédrat et l'orange amère. Elle donne au Rhäzünser un goût clair, frais, vivace, acidulé et original. Disponible en bouteille plastique de 150 cl.

→ www.rhaeuenser.ch

Les sodas bons et pauvres en calories sont très demandés. C'est pourquoi avec sa nouvelle boisson à la pomme verte, Rhäzünser mise désormais sur le stevia. Le résultat est une boisson innovante, particulièrement intéressante comme boisson à emporter.

→ «Le Rhäzünser Plus en bouteille plastique est très demandé chez nous», déclare Veronika Külling. Elle dirige depuis de nombreuses années l'équipe du restaurant de la piscine couverte d'Altstetten, et propose notamment le Rhäzünser Plus au citron, à la pêche et à la fleur de sureau. Après la baignade, les clients apprécient grandement ces boissons, souligne-t-elle. Cette chef d'équipe en connaît aussi la raison: «Les produits Rhäzünser sont très appréciés car ils ont non seulement bon goût, mais sont également pauvres en calories.»

Les sodas sont très appréciés

Depuis octobre, Rhäzünser Plus est désormais également disponible au goût pomme verte, en bouteilles plastique de 150 et 50 cl. Ce nouveau produit est idéal comme boisson à emporter. Les clients de cantines, d'écoles, de piscines, de patinoires et de restaurants pour touristes souhaitent être servis rapidement et restent peu de temps dans les locaux, surtout lorsqu'il n'est pas



Veronika Külling, du restaurant de la piscine couverte d'Altstetten.



Dans les snacks servant des plats à emporter, les sodas sont les boissons les plus vendues.

possible de s'asseoir. C'est pourquoi la bouteille plastique 50 cl de Rhäzünser Plus convient parfaitement. Dans les snacks servant des plats à emporter, les boissons les plus vendues sont les sodas et les eaux aromatisées.

Santé et bien-être

Avec seulement 19 calories par décilitre, le Rhäzünser Plus à la fleur de sureau, au citron et à la pêche sont déjà très convainquants. Mais le nouveau Rhäzünser Plus à la pomme verte est sucré au stevia, et ne contient donc plus que 9 calories par décilitre. Il suit donc la tendance et tourne le dos aux produits purement «light» pour s'orienter sur les produits «santé et bien-être».

Le stevia, cet édulcorant extrait de la plante *stevia rebaudiana*, possède un pouvoir sucrant jusqu'à 300 fois supérieur au sucre, contient zéro calorie, et s'emploie depuis des années en Amérique du Sud et en Asie. En Suisse, il est autorisé d'utiliser

stevia sans autorisation depuis fin 2011, à condition que la recette soit conforme aux consignes européennes.

Claudia Leuenberger, Brand Manager, déclare: «Le consommateur moderne souhaite un produit naturel pauvre en calories. Certes, le sucre est une matière première naturelle, mais il est riche en calories, alors que la plupart des édulcorants fabriqués de manière artificielle possèdent peu ou pas de calories.» Stevia est un édulcorant naturel et sans calorie.

À l'origine d'une nouvelle tendance

«Rhäzünser Plus à la pomme verte est un désaltérant naturel pendant le sport, une boisson saine pendant le repas, et un rafraîchissement bienvenu pendant le travail», souligne Claudia Leuenberger. Il est donc évident que le nouveau Rhäzünser Plus à la pomme verte convient parfaitement pour les snacks servant des plats à emporter.



Rhäzünser Plus pomme verte.

18:47
GREEN HOUR
L'INSTANT CARLSBERG



Consommer
avec modération.



That calls for a **Carlsberg**

Ristorante La Lanchetta, Lugano

Laissez votre esprit vagabonder au lac de Lugano



valeriano Di Domenico / Freshfocus

→ «Profitez pleinement des petites choses, car peut-être un jour regarderas-tu derrière toi et te rendras-tu compte que c'étaient de grandes choses», disait l'écrivain Robert Brault. Décompresser et profiter de la vie – le Ristorante La Lanchetta, situé au bord du lac à l'extrême est de Lugano, est parfaitement adapté à ces fins.

Depuis la modernisation effectuée en 2003, le «Lanchetta» brille d'un nouvel éclat, déployant une atmosphère distinguée et contemporaine. Laissez glisser votre regard sur le lac à travers l'immense baie vitrée,

tout en dégustant un verre de 1664 à la pression, et vous vous apercevrez que les choses apparemment insignifiantes deviennent importantes et belles. Depuis septembre, le «Lanchetta» sert la bière Feldschlösschen. «L'ambiance élégante et pourtant détendue de notre local s'accorde très bien avec une bière riche en tradition telle que Feldschlösschen ou 1664», déclare Matteo Mancini, gérant du «Lanchetta». Et il ajoute: «venez chaque jour découvrir le ristorante avec un être qui vous est cher, trinquez et laissez-vous choyer.» ●



Le Ristorante La Lanchetta, le gérant Matteo Mancini et le directeur Marzio Guggiari.

Buffet de la Gare, Gampel Deux anniversaires

→ Cette année au buffet de la Gare de Gampel-Steg, 70 est le chiffre magique. D'une part ce local populaire, situé au bord de la route vers le Valais germanophone, compte 70 ans. En même temps Hans Lütolf, qui en est le patron et chef cuisinier, fête également ses 70 ans. Lütolf a repris le local de ses parents en 1969. Les deux jubilés ont été honorés de façon appropriée, par deux soirées musicales en juillet. Et pour remercier ses clients fi-

dèles, Hans Lütolf a offert les boissons à 70 centimes pendant la happy hour. Le menu gourmet à cinq plats a également connu un grand succès: il est servi toute l'année à 70 francs, boissons incluses. En tant que client fidèle de Feldschlösschen, Lütolf propose naturellement la bière Valaisanne. Nous souhaitons un excellent anniversaire à chiffre rond à Hans Lütold et à son buffet de la Gare, ainsi qu'une bonne continuation! ●

Nelson Pub, Zurich

Fête des jubilaires



Andy Müller / Freshfocus

Daniel Brügger (Feldschlösschen), Mehran Habibian, Wolfgang Mock (tous deux Nelson Pub) et Jacqueline Bischofberger.

→ Au volant de «Durstwehr», son automobile de collection de Fiat datant de 1914, Feldschlösschen a rejoint le centre-ville de Zurich pour célébrer avec Wolfgang Mock, Mehran Habibian et leur équipe les 20 ans du «Nelson Pub». Key Account Manager Daniel Brügger a même pu leur remettre un second certificat Feldschlösschen, puisque le «Lady Hamil-

ton's», pub jouxtant le Nelson, fêtait lui aussi son anniversaire: 10 ans révolus.

Les clients du «Nelson Pub» comme ceux du «Lady Hamilton's» apprécient énormément le grand choix de bières. Par conséquent, les gérants optent pour la gamme de produits de Feldschlösschen. ●

→ www.thenelsonpub.com
→ www.ladyhamilton.ch



Hans Lütolf und seine Tochter Nicole im Bahnhofbüffet Gampel.



Michael Brenner for Fandango Musical GmbH and Freddy Burger Management in association
with Queen Theatrical Productions, Phil McIntyre Entertainments and Tribeca Theatrical Productions present.

© Fandango Musical GmbH



DAS ORIGINAL MUSICAL von **QUEEN** und Ben Elton

BALD IN BASEL!

14.12.12 - 24.03.13
Musical Theater Basel

Ticketcorner 0900 800 800 (CHF 1.19/Min., Festnetztarif)
www.wewillrockyou.ch

Presenting Sponsor



Medienpartner

Basler Zeitung



Partner



Participez et gagnez

2x2 billets pour We Will Rock You

Avez-vous parcouru ce numéro de SOIF en entier? Alors ce quiz ne devrait pas être un problème pour vous. Les lettres des cinq réponses correctes vous donneront la solution.

1. Quel metteur en scène de grand renom écrivit ses autographes sur des sous verres en 1972 à Lucerne?

- F** Roman Polanski
- T** Robert Altman
- Q** Alfred Hitchcock

2. Où se trouve le restaurant Gault-Millau de René Schudel, cuisinier de la télé?

- U** Dans l'Oberland bernois
- E** Dans le Toggenbourg
- A** En Suisse romande

3. La nouvelle boisson de Rhäzünser, édulcorée à la stevia, a le goût de

- P** Banane jaune
- E** Pomme verte
- R** Cerise rouge

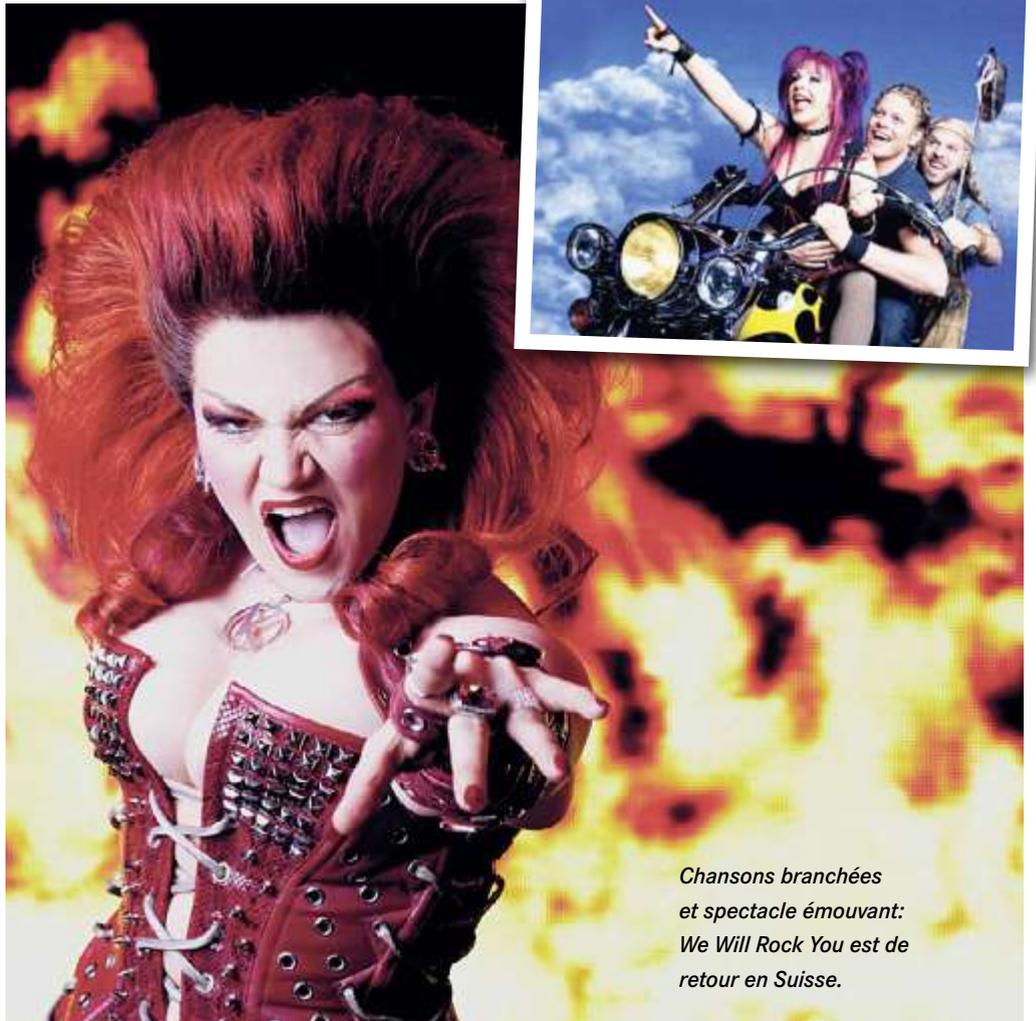
4. Un groupe de clients de Feldschlösschen a gagné un voyage dans le pays du champion d'Europe de foot. Où sont-ils allés?

- K** Munich
- S** Naples
- E** Barcelone

5. Selon Sacha Rösch du Fukeneh Pub à Eiken, quelle est la meilleure publicité pour un restaurant?

- N** Le bouche-à-oreille
- B** Les spots télévisés
- L** Les annonces dans le journal

La solution est:



Chansons branchées et spectacle émouvant: We Will Rock You est de retour en Suisse.

Gagnants du concours SOIF de septembre 2012

Une visite guidée de la brasserie Feldschlösschen avec dégustation dans la foulée (visitePLUS) pour 15 personnes au maximum a été gagnée par: **Restaurant Eintracht, Roger Ramseier, 3280 Morat**. Toutes nos félicitations!



WE WILL ROCK YOU: 21 CHANSONS DE QUEEN REVISITÉES

La première aura lieu le 14 décembre au Théâtre Musical de Bâle: après cinq ans d'absence, la comédie musicale de Queen est de retour en Suisse, réaménageant 21 chansons du groupe culte. La musique et les textes ont été repris de Queen, alors que le scénario et la mise en scène sont signés Ben Elton, auteur acclamé. Participez à notre concours et, avec un peu de chance, gagnez 2x2 tickets pour assister à ce spectacle de rock. Bonne chance!

Participez!

Envoyez la solution et vos coordonnées par fax au 058 123 42 80 ou par e-mail à durst@fgg.ch.

Avec un peu de chance, vous pourrez gagner 2 billets pour le musical We Will Rock You à Bâle.

Délai d'envoi: le 10 novembre 2012

Feldschlösschen investit dans la Brasserie Valaisanne**Nouvelle installation de remplissage en Valais**

La Brasserie Valaisanne a une nouvelle installation de remplissage de fûts. Avec cet investissement, Feldschlösschen témoigne de sa foi dans le site sédunois.

→ Visiblement fier, Michael Ruppert pénètre dans la pièce d'environ 100 mètres carrés où se trouve la nouvelle installation de remplissage de fûts de la Brasserie Valaisanne. «Avec cette installation, nous sommes à la pointe au niveau technique», dit le responsable du site de Sion.

**Une clientèle valaisanne fidèle**

Le démontage-remontage ainsi que l'installation de la nouvelle tuyauterie et la pose du sol n'ont duré que quatre semaines. Ensuite, tout était à nouveau prêt à être utilisé. Depuis mai, la nouvelle installation de remplissage de fûts KEG fonctionne à plein régime.

Le responsable du site, Michael Ruppert, est enchanté: l'installation montée par le fabricant autrichien Alfred Gruber peut remplir

80 fûts de 20 litres par heure. Trois équipes d'employés sont en service 24 heures sur 24, du dimanche au mercredi, dans le local de remplissage. La vidange, le nettoyage intérieur et extérieur, la stérilisation à la vapeur et le remplissage des fûts en acier inoxydable se font automatiquement.

Le travail des employés est néanmoins physique: les fûts vides doivent en effet être hissés sur le tapis roulant à la force des bras et

recupérés une fois pleins. Avec les onze employés, Michael Ruppert veille à ce que la Bière Valaisanne brassée à partir des eaux de source de montagne les plus pures continue à jouir d'une grande popularité auprès de sa fidèle clientèle valaisanne.

Anniversaire en vue

Le responsable du site sait que la réussite au sein d'un marché très concurrentiel ne va pas de soi.

Le responsable du site, Michael Ruppert, montre la nouvelle installation de remplissage de fûts à Sion.

«Pour réussir, il faut sans cesse apporter des améliorations au niveau de la production et du service à la clientèle.»

Dans trois ans, nous fêterons, à Sion, le 150^e anniversaire de la réussite de la Brasserie Valaisanne. La nouvelle installation de remplissage de fûts constitue une nouvelle preuve que Feldschlösschen continue de miser sur le site de production sédunois. ●

→ www.valaisanne.ch

Offensive de communication**Festissimo devient mobile et accélère**

Festissimo, la plate-forme des manifestations en Suisse devient encore plus séduisante

→ «O'zapft is!», le tonneau est en perche, déclarent les responsables de Festissimo en lançant leur vaste campagne de promotion à l'occasion des nombreuses fêtes d'octobre en Suisse.

● Une newsletter a été envoyée à 10 000 adresses électroniques.

● En Suisse alémanique, une campagne d'annonces a été lancée sur Facebook. Actuellement, Festissimo compte déjà plus de 2 100 amis.

● Également sur Facebook: une loterie avec Feldschlösschen comme partenaire, au bénéfice des organisateurs de fêtes d'octobre.



Festissimo: site internet, Facebook et mobile.

En outre, Festissimo a créé une application web mobile, afin de satisfaire entièrement aux besoins de ses clients. L'application iPhone est disponible sur l'App Store, la version Android sur Google Play. Toutes ces mesures ne restent pas sans effet: le temps moyen passé sur le site www.festissimo.ch a augmenté de presque 50 pour cent. La plate-forme compte plus de 50 000 visiteurs par mois.

D'autres campagnes sont prévues dès le carnaval 2012/2013. ●

→ www.festissimo.ch

Agenda

Foire aux oignons

→ Le quatrième lundi du mois de novembre sera réservé aux oignons: le 26 novembre, les habitants de la capitale célébreront une fois de plus leur *Zibelemärit*. Les superbes couronnes d'oignons et la kermesse sur la Schützenmatte seront comme toujours partie intégrante de cette fête foraine, tout comme les tartes au fromage et aux oignons et la bataille de confettis au centre-ville à 16 h. ●



Lumières de Noël

→ Pour la cinquième fois consécutive, le cortège des lumières de Noël, appelé en allemand *Weihnachtsfunkeln*, sonnara le commencement de Noël à Rheinfelden. Ces festivités auront lieu dans la vieille ville le 30 novembre. L'attelage à six de Feldschlösschen fera bien sûr son entrée sur son trente et un, en point d'orgue de la parade traditionnelle. ●



Festissimo.ch

Profiter davantage de la Suisse!

Trouvez d'autres manifestations → www.festissimo.ch

IMPRESSUM

SOIF

Le journal clients de Feldschlösschen Boissons SA
www.journalsoif.ch

Édition

Feldschlösschen Boissons SA
Theophil-Roniger-Strasse, 4310 Rheinfelden
Téléphone 0848 125 000
www.feldschloesschen.com

Responsable

Gabriela Bättig

Responsable rédactionnelle

Gabriela Bättig

Annonces

annonces@journalsoif.ch
Gabriela Bättig

Rédaction, mise en page, lithographie, lectorat, traductions, impression et expédition

Entreprise générale
Vogt-Schild Druck AG
Gutenbergstrasse 1
4552 Derendingen

Responsable de projet: Pamela Güller

Rédacteur en chef: Marcel Siegenthaler/Textension Sàrl, www.textension.ch

Parution

Paraît une fois par mois en français, allemand et italien

Année Sixième année

Tirage

Français 10 000, allemand 24 000, italien 2000

Droits d'auteur

Les articles contenus dans ce journal sont protégés par les droits d'auteur. Tous droits réservés.

Droits sur les images

Photo de couverture: Valeriano Di Domenico (Freshfocus)
Agences de photographie: Freshfocus, Fotolia, Pixelio, Markus Raub

Pour chaque charge. Et chaque budget.

Au-delà de son volume utile à la fois surdimensionné et polyvalent, le Ford Transit se distingue par des coûts d'exploitation remarquablement avantageux de seulement 27 centimes/km, tout compris. De plus, tous les modèles Ford Transit sont conformes aux normes de dépollution Euro 5 et disponibles rapidement.



TRANSIT START-UP

DÈS FR.

18'990.-¹

FR./KM

-.27²



ford.ch/transit

Prix nets, TVA non comprise, pour clients inscrits au registre du commerce. Offre valable jusqu'au 31.12.2012 auprès des concessionnaires participants. ¹ Transit 260S Start-up, 100 ch/74 kW, 6 vitesses. ² Exemple de calcul Business Partner: leasing Full Service Fr. 558.-/mois. Financement à 3.9% (48 mois, 25'000 km/an), inclus entretien, usure, assurance, pneus.



L'énergie naturelle

RAMSEIER est synonyme de
✓ 100% naturel
✓ sans adjonction de sucre
✓ fruits suisses



famille naturelle