



SOIF

Le magazine de restauration de Feldschlösschen Boissons SA – www.journalsoif.ch
N° 11 | Novembre 2013

Nouveaux médias

Hot spot Restauration

- @ Notre nouvelle offre en ligne pour les restaurateurs
- @ myfeldschloesschen.ch au service des clients
- @ Tuyaux d'expert pour plus de succès sur Internet

Page 10

Exceptionnel!

Feldschlösschen
Original

Prix net
1.24
au lieu de 1.68

24x50cl boîte tray
4x6x50cl boîte tray
2x12x50cl boîte tray

Cardinal Blonde

Prix net
1.29
au lieu de 1.73

4x6x50cl boîte pack



The Bottle:

Nouvelle offre de vins
pour restaurateurs –
profitez à votre tour!

Page 9

Arkina:

Design frais et remanié
pour une eau minérale de
référence

Page 29

Soif, envie de plus?

Vous voulez...

- mieux gérer votre établissement et augmenter votre chiffre d'affaires?
- vous approvisionner confortablement 24h/24 en ligne?
- analyser votre gamme?
- disposer de matériel publicitaire personnalisé avec votre logo?
- bénéficier d'une transparence totale grâce à des statistiques instructives?
- suivre un entraînement personnalisé avec un sommelier en bière?
- profiter au mieux de tout à la fois et d'encore plus?

Rendez-vous alors sans attendre sur la plateforme en ligne révolutionnaire qui réunit tout:

www.myfeldschloesschen.ch

**Inscrivez-vous vite
et profitez !**



MyFELDSCHLOESSCHEN.ch

Soif, envie de plus

Éditorial

Offre épatante en ligne



Chères lectrices, chers lecteurs,

➔ De nos jours, une grande partie des affaires se fait sur Internet. Nous sommes donc fiers d'être le parfait partenaire en ligne de nos clients restaurateurs. Vous trouverez à la page 15 les témoignages de nos clients enthousiastes quant à notre plate-forme myfeldschloesschen.ch, qui leur facilite le travail quotidien. Ils sont particulièrement contents de pouvoir commander leur marchandise 24h sur 24 depuis n'importe où, d'avoir accès à des actions spéciales et à des informations précieuses.

En page 13, nous vous soumettons une offre qui fera considérablement progresser votre local. Découvrez l'épatant pack en ligne que nous réservons à nos clients restaurateurs. Vous verrez: un site en ligne effectif n'est pas nécessairement coûteux ni chronophage, mais il peut sensiblement contribuer au succès de votre entreprise. Votre partenaire Feldschlösschen vous assistera volontiers.

La bière est indubitablement notre cœur de métier. Mais chez Feldschlösschen, vous pouvez commander quasiment toutes les boissons auprès d'un seul fournisseur. Au bénéfice de nos clients approvisionnés directement, nous avons créé un nouveau concept de vins intitulé «The Bottle», comprenant plus de 80 vins de qualité, minutieusement sélectionnés pour accompagner vos plats. Mettez à l'épreuve notre compétence en matière de vins, rendez-vous à la page 9. ●

Ulrich Reinhard

Ulrich Reinhard, Area Sales Director
Berne/Oberland bernois/Soleure/Jura

Sommaire

THE BOTTLE

VIN A PARTAGER

9



10



27



21

NOUVEAUTÉS&PRODUITS

Bière du mois: Grimbergen Blonde 4

La pâte à bière donne envie de bière 4

Vin du mois: Amarone 5

myfeldschloesschen.ch: profitez encore plus simplement de nos actions 5

Granini: saveur fruitée × 2 5

Le drink du mois: Jäger Tonic 7

Fêtes Carlsberg en montagne 7

«The Bottle»: nouveau concept de vins 9

RESTAURATION&NOUVEAUX MÉDIAS

Tuyaux de l'expert: augmentez votre succès sur Internet 10

Profitez de la nouvelle offre en ligne 13

myfeldschloesschen.ch pour nos clients 15

PEOPLE&ENTERTAINMENT

Best Swiss Party Ever sur le Pilate 16

Soirée dansante au centre commercial 17

La préférée: Feldschlösschen Original 17

Les assoiffés et les bruits 19

Centre de services à la clientèle 19

Bonne ambiance à la «Soirée Cardinal» 21

Concours: bière «vintage» à gagner 23

MARCHÉ&TENDANCES

Au-delà de nos frontières:
Dinner-Jumping dans la Forêt-Noire 25

Bâle: les clients du «Schluggstube»
choisissent leur musique par une appli 26

Tuyaux du restaurateur: réussissez
vos dîners de Noël 26

Thomas Domenig, architecte à Coire,
mise sur Feldschlösschen depuis 20 ans 27

Découvrez le nouveau look d'Arkina 29

Mariage: omelette et bière blanche 30

PERSPECTIVES

Igeho, marché aux oignons et lueurs de Noël 31



Grimbergen Blonde

Fruitée et maltée, idéale pour les viandes

La **Grimbergen Blonde** est une bière ocrée et douce. Brassée à base de malt du Gâtinais et de houblon trié sur le volet qui lui confère une note fruitée et maltée, cette bière de l'Abbaye belge reflète parfaitement l'approche de l'hiver et des fêtes de fin d'année. En tant que gérant de pub ou de bar, séduisez les nombreux connaisseurs parmi vos clients avec les charmes de cette spécialité. Néanmoins, la Grimbergen Blonde est également digne de la cuisine haut de gamme et accompagne à merveille les viandes corsées, le gibier ou les cochonnailles. En tant que res-



Commander maintenant!

5.09 CHF

par litre

Grimbergen en tonneau
Art. 10791 tonneau 30 litres

www.myfeldschloesschen.ch

taurateur, vous profitez de la haute marge bénéficiaire de cette bière spéciale de l'abbaye de Grimbergen, qui fut dévastée à plusieurs reprises par des incendies. Heureusement qu'elle fut inlassablement reconstruite, afin que cette perle parmi les bières puisse accompagner vos clients tout l'hiver.



Saviez-vous que la Suisse est un des pays avec la plus haute densité de smartphones?

De nombreuses Suissesses et de Suisses favorisent la voie électronique pour la réception quotidienne d'information. En tant que restaurateur, utilisez-vous aussi cette forme de transmission du savoir: sur myfeldschloesschen.ch vous pouvez facilement télécharger des documents et les envoyer par e-mail.

La question du mois:

Combien de fiches d'information sur la gamme Feldschlösschen sont en ligne?

Consultez les informations sur Feldschlösschen Academy en ligne sur myfeldschloesschen.ch à la rubrique «Trainings».

Connaissances sur la bière



Bière riche

La pâte à frire donne envie de bière

Durant la période du marché aux oignons de Berne, pourquoi ne pas proposer à vos clients des rondelles d'oignon pour accompagner la bière? La bière Gurten en est l'ingrédient parfait. Face à ce petit snack, on commandera volontiers une autre bière.

Rondelles d'oignons en pâte à la bière



Mettre dans deux bols 250 g de farine et une cuillère à café de poudre à lever, bien mélanger. Faire chauffer suffisamment d'huile dans une poêle pour couvrir les rondelles.

Tremper les rondelles d'oignon dans la préparation aux œufs, puis enfariner dans le premier bol. Retremper dans la préparation aux œufs et enfariner dans le second bol.

Les plonger par petites quantités dans l'huile chaude et les laisser dorer trois minutes.

Retirer les rondelles de l'huile à l'aide d'une écumoire et laisser égoutter sur du papier absorbant.

Saler et servir de suite.

Recette mise à disposition par:
GuteKueche.ch – dasGourmetportal.ch

Ingrédients pour 8 portions

2 cc	de poudre à lever
300 ml	de bière Gurten
5	œufs (battus)
500 g	de farine
300 ml	de lait
¾ l	d'huile
1 pincée	de gros sel
5	oignons

Préparation

Peler les oignons, couper en rondelles de 1,5 cm et séparer les unes des autres. Mélanger les œufs, le lait et la bière.

Nestlé

Cela chauffe!

➔ Pendant les froides journées d'hiver, vos clients se réchaufferont grâce au punch de Nestlé –



au rhum ou à la pomme. La marge dégagée par ces boissons est intéressante. Elles sont aussi très pratiques: le sachet refermable d'un kilo convient aussi bien à la préparation de grandes quantités, qu'à la conservation. Que ce soit dans la vallée ou en montagne, le punch de Nestlé est chaudement recommandé pour l'hiver.

➔ www.nestleprofessional.com

Vin du mois

Amarone

L'Amarone Valpolicella Classico tire sa séduction d'une note chocolatée et d'arômes qui rappellent la compote de figes. Au palais, cet Italien fait penser aux pâtisseries de Noël, car il sent le raisin sec et diffuse un arôme prononcé de cannelle. Sa finale est élégante et équilibrée. Vos hôtes ne manqueront pas d'apprécier cet Amarone riche en corps. Et vous non plus, puisqu'il vous promet une marge bénéficiaire fort attrayante: au vu du prix de 24 francs 50 la bouteille de 7,5 dl, la vente au verre vous sera très profitable:

Prix d'achat par dl × Marge
= **prix de vente au verre (dl)**

Ce qui signifie pour l'Amarone

Valpolicella Classico:

CHF 3.27 × 2.5 =
8.20 francs

Commander maintenant!

24.50 CHF 75 cl

la bouteille

Amarone
Art. 11583
6 × 75 cl VP carton

www.myfeldschloesschen.ch



Granini

Nouvelle saveur fruitée

→ La marque Granini est connue pour le raffinement de ses saveurs fruitées. Avec «Granini Apfelschorle» et «Granini Pink Grapefruit», vous avez dé-

sormais à votre disposition deux nouveaux produits Granini: ainsi, vous serez sûr qu'il y en aura pour tous les goûts et dans chaque situation.

Commander maintenant!

1.45 CHF

la bouteille

Granini Apfelschorle
Art. 11665
4 × 6 × 0,5 VP PET

www.myfeldschloesschen.ch



Commander maintenant!

1.60 CHF

la bouteille

Granini Pink Grapefruit
Art. 11666
24 × 0,33 VP PET

www.myfeldschloesschen.ch



Granini Apfelschorle

Granini Apfelschorle est un régal qui se conjugue au quotidien – vos hôtes en apprécieront le goût fruité et la saveur pétillante.

Granini Pink Grapefruit

Pour valoriser les moments particuliers, servez à vos clients Pink Grapefruit, le jus qui surprend de par sa saveur piquante et sucrée.

myfeldschloesschen.ch

Profitez-en encore plus simplement

Profitez des nombreuses actions du HITFlash: pour vous les restaurateurs, c'est encore plus rapide et facile sur myfeldschloesschen.ch.

→ Nous développons continuellement notre plateforme de restauration myfeldschloesschen.ch. Vous trouverez les actions du mois du HITFlash dans l'e-shop sous la catégorie «actions». Il suffit de simplement déposer l'article dans le panier et de profiter ainsi encore plus facilement de nos actions. Il n'est donc plus nécessaire de regarder le PDF et de commander ensuite par télévente.

Les actions sont marquées en rouge

Même si vous accédez directement par la rubrique «actions», vous reconnaîtrez celles-ci dans l'e-shop au premier coup d'œil. Elles sont toutes marquées en rouge avec l'appellation «Cent Off», et les articles correspondants peuvent également être commandés de cette manière, par simple clic. Grâce à cela vous ne manquerez plus d'actions.

→ myfeldschloesschen.ch



▲ Les offres HITFlash sont encore plus visibles.

► Allez simplement sur l'e-Shop et cliquez sur les actions.



▲ Toutes les offres HITFlash avec Cent Off en un clin d'œil.

► Les Cent Offs sont bien visibles sur toute la plateforme



FAIS LA FÊTE TOUT L'HIVER AVEC CARLSBERG!

Carlsberg
PARTY UP THERE

VERBIER⁺
ST-BERNARD

7 DÉCEMBRE 2013

Arosa   Lenzerheide

20 & 21 DÉCEMBRE 2013

ADELBODEN 
Ski World Cup 2014

11 & 12 JANVIER 2014

COMMANDE UNE CARLSBERG MAINTENANT!



TANJA LA CROIX

Consommer
avec modération.



That calls for a **Carlsberg**

Le drink du mois



Un frisson de bonne humeur pour le palais

La recette

Ingrédients

4 cl Jägermeister
2-3 cubes de glace
Schweppes Tonic
rondelles de lime

Préparation

Mettre le Jägermeister avec les cubes de glace dans un verre à long drink et ajouter du Schweppes Tonic. Garnir avec une rondelle de lime.

Mettez un peu de piquant au quotidien de novembre avec le «Jäger Tonic».

→ Si le Jägermeister a autant de succès, c'est que son goût est unique. Son secret: une préparation à base de 56 ingrédients.

Frisson garanti

Le Jägermeister, avec son subtil arôme aux herbes, s'accorde superbement à l'amertume du

Schweppes Tonic Water. Ce mélange insolite suscitera assurément des frissons de plaisir! Durant le mois de novembre souvent un peu morose, le «Jäger Tonic» est tout indiqué comme drink du mois. Cette boisson ravira le palais de chacun et saura instaurer une bonne humeur contagieuse. ●



Adaptées aux stations de ski, aux fêtards et à la restauration

Les fêtes Carlsberg en montagne

En organisant des fêtes dans les stations de ski, Carlsberg crée une situation win-win pour tous les intéressés: visiteurs, stations de ski et restaurateurs, tous profitent de la promotion de Carlsberg en tant que bière préférée après une journée de ski et de la vie nocturne.

→ Après la Carlsberg Night-life Challenge de cet été, Carlsberg se prépare à animer la vie nocturne dans les stations de ski à Verbier, Arosa/Lenzerheide et Adelboden/Frutigen. Au profit de tous les vacanciers en quête de distraction, des stations de ski elles-mêmes ainsi que des près de 200 clients Carlsberg participants: ces derniers ont reçu des packs de promotion alléchants et proposent à leurs

clients les passeports bière très prisés. Par ailleurs, ils ont profité de l'écho que cette promotion a suscité dans différents médias.

Prix attrayants

Dans les locaux participants, les visiteurs pourront gagner des prix immédiats, des cartes journalières ski et même des packages VIP avec nuitées et billets pour les fêtes top. Les restaura-

teurs, quant à eux, peuvent décrocher un week-end VIP pour quatre personnes dans une station de ski.

Les stations de ski peuvent également se réjouir, puisque «nous leur faisons cadeau d'une grande publicité dans les villes et régions et auprès de groupes-cible sinon difficiles à joindre», déclare Alexandra Schwarz, Channel Marketing Manager.

Tanja La Croix et Yves Larock

«L'activation est faite en deux étapes qui dureront jusqu'au printemps et atteindront chacune leur apogée dans deux événements top», nous explique Ivo Frei, Group Activation Manager. La première étape démarre en octobre.

Les fans de Tanja La Croix et Yves Larock trouveront également leur compte; après le Carlsberg Night-life Challenge, les deux super DJ sont de nouveau sur la brèche: Yves Larock pendant l'ouverture à Verbier, Tanja La Croix le week-end avant la période des fêtes à Arosa. Rendez-vous à la fête en montagne! ●

La nuit appartient aux fêtes chez les clients de Carlsberg.



De jour, les sports d'hiver priment, comme ici à Verbier.



Food & Wine Pairing

DES VINS POUR ACCOMPAGNER AU MIEUX VOS RECETTES

*Par exemple «Cuisine Suisse»
Escalope de Porc & Merlot Ticino*



*Emincé et Rösti &
Perseus Pinot Noir Barrique*



*Truite Frite &
Dézaley*



*Fondue au fromage &
Johannisberg*



The Bottle sélectionne des vins de qualité qui correspondent le mieux à vos plats. Notre gamme de produits et un support pour la combinaison optimale de Food-Wine est disponible en ligne sous www.bottle.ch

**THE
BOTTLE**
VIN A PARTAGER

Nouveau concept de vins pour clients livrés directement

«The Bottle»: menus et carte des vins assortis

La nouvelle offre en vins «The Bottle» est taillée sur mesure pour les restaurateurs. Elle compte 85 vins de qualité certifiée qui s'accorderont parfaitement à vos menus. Avec l'aide de nos spécialistes en vins, trouvez la perle rare pour vos hôtes.

→ «The Bottle»: des vins de première qualité à des prix honnêtes, qui s'accordent à merveille aux plats préférés des Suisses.

Sélectionnés et testés

Pour y arriver, les meilleurs crus sont sélectionnés parmi des centaines de vins. «The Bottle» travaille en étroite collaboration avec l'École d'Ingénieurs de Changins à Nyon.

Les dégustateurs indépendants de cette école célèbre au-delà de nos frontières testent tout d'abord chaque vin avant de l'accepter dans l'assortiment qui compte 85 vins. «The Bottle» comprend uniquement des vins de producteurs importants du monde entier – de Fontanafredda en Italie à J. & M. Dizerens du canton de Vaud.



«Nous harmonisons parfaitement vos vins à votre carte de menus.»

Lukas Neulen, Wine Director

Sales Managers en vin

Sous la houlette de Lukas Neulen, notre département vins a élargi son savoir-faire. À présent, en plus de Sales Managers en bière compétents, vous autres

restaurateurs avez aussi des Sales Managers en vins pour vous conseiller. «Avec l'aide de nos spécialistes en vins, les restaurateurs peuvent constituer un assortiment individuel qui s'accorde parfaitement à leur carte de menus», déclare Lukas Neulen.

Spécialités suisses, méditerranéennes ou asiatiques, grillades, goûter ou apéro: nous avons les vins qu'il vous faut.

Nouvelles suggestions

Êtes-vous prêts à surprendre vos clients? Nos experts en vins vous aideront volontiers. Par exemple pour des sushis: le poisson cru et le vin font deux, mais essayez donc d'accompagner vos sushis d'un chasselas suisse sec et minéral. Vos clients s'étonneront de voir combien les deux profils de goûts s'harmonisent superbement.

Nous vous conseillons volontiers

Profitez vous aussi de notre concept unique de conseil en vins conçu exprès pour les restaurateurs. Vous en apprendrez plus sur «The Bottle» à l'adresse myfeldschloesschen.ch et en consultant la page d'accueil www.bottle.ch. Ou encore en nous appelant au numéro de téléphone 0800 000 100.

C'est avec plaisir que nous partirons à vos côtés à la découverte de nouvelles voies dans le domaine du vin.

→ www.bottle.ch

Sélection



«The Bottle» n'a dans son assortiment que des vins qui se marient parfaitement avec vos menus.

Test



«The Bottle» fait tester la qualité de tout son assortiment par un partenaire neutre, l'École d'Ingénieurs de Changins.

Exclusivité



Nos vins sont destinés exclusivement aux clients livrés directement par Feldschlösschen.



THE BOTTLE
VIN A PARTAGER

À chaque mets son vin: «The Bottle», le nouveau concept du vin de Feldschlösschen.

Conseils de marketing en ligne par Matthias R. Koch

«Il n'y pas de publicité gratuite plus simple»

Un bon marketing en ligne peut attirer plus de clients et augmenter le chiffre d'affaires d'un restaurateur. Mathias R. Koch nous explique qu'un site Internet et un accès WiFi gratuit ne représentent ni travail ni coûts excessifs.

Selon vous le secteur de la restauration est en retard en termes de marketing en ligne. Comment choisir parmi toutes les possibilités offertes?

Oui, les possibilités sont infinies et l'on propose sans cesse des nouveautés, mais dont le rapport coûts-prestations n'est pas toujours bon. Je conseille

Qu'est ce qui doit absolument figurer sur son propre site Internet?

Dans la plupart des cas, il suffit d'indiquer les horaires d'ouverture, l'emplacement et un contact. Il est essentiel de ne pas trop charger le site, car les gens n'ont pas temps à perdre pour trouver un simple numéro de téléphone.

«**Il est primordial de ne pas surcharger le site Internet.**»

de se concentrer sur l'essentiel, à savoir un site Internet simple, un accès WiFi gratuit pour les clients et une présence sur les principaux réseaux sociaux.

Est-il vraiment indispensable pour un restaurateur d'avoir son propre site Internet?

Dès qu'un établissement propose de l'évènementiel, un site Internet devient indispensable. Un petit bistrot de village, par contre, n'a pas absolument besoin d'être présent sur la toile, même si cela reste une bonne option, car cet outil est de moins en moins contraignant et coûteux de nos jours.

Est-ce que ça vaut la peine de faire appel à un professionnel pour son site?

Oui, l'aide professionnelle est très importante. Les sites Web bricolés par soi-même renvoient une image négative de l'établissement et le professionnel sait ce qu'il doit faire pour référencer le site sur les moteurs de recherche comme Google.

Vous conseillez aussi un accès WiFi gratuit pour les clients. Pourquoi?

Depuis la démocratisation des smartphones, l'accès au WiFi est devenu un réel besoin, tandis qu'auparavant cela était proposé essentiellement dans les aéroports et les hôtels. Si avant on utilisait Internet sur-



Matthias R. Koch nous indique les bonnes mesures de marketing en ligne.

Matthias R. Koch, expert et PDG de Monzoon AG

La société suisse de télécommunication Monzoon Networks AG est un des principaux opérateurs de services et de points d'accès sans fil à Internet en Europe. Monzoon gère un réseau WiFi étendu et rapide. De nombreux

aéroports, hôtels, centres de conférences, restaurants et plusieurs centres-villes dans toute la Suisse sont équipés des points d'accès Monzoon.

→ www.monzoon.net

tout en déplacement, on est de nos jours connecté en permanence au web.

Et pourquoi cet accès au réseau WiFi doit-il être gratuit?

C'est essentiel, le client doit avoir accès gratuitement à Internet. De nombreux utilisateurs de smartphones sont jeunes et regardent à la dépense.

Et les charges que cela représente pour le restaurateur, on en fait quoi?

Un restaurant pour 60 personnes n'a pas à se ruiner pour fournir un point d'accès public à Internet à ses clients. On parle d'environ 200 CHF de frais d'installation et de 40 CHF par mois.

des clients commerciaux. Dans ce dernier, un accès WiFi est tout autant incontournable que pour les bars qui attirent un public jeune. Ce type de service reste discret et à tous les coups rentable.

Pourquoi?

Pour plusieurs raisons. Vous offrez à vos clients quelque chose dont ils ont de plus en plus besoin. Et eux restent plus longtemps et consomment de fait plus.

Et s'ils restent en surfant des heures devant un simple verre d'eau minérale? Cela occuperait une table au détriment d'autres clients.

Si c'est le cas, il suffit d'aménager différemment le service

« En fournissant un accès WiFi gratuit à ses clients, on répond à un besoin majeur. »

Qu'en est-il du temps à investir? Les restaurateurs ont déjà fort à faire et n'ont pas le temps de s'occuper de problèmes techniques...

Si on ne se lance pas dans des actions marketing complexes, le WiFi ne cause pas de problème majeur. On peut choisir un service complet, ou simplement brancher le point d'accès (hotspot) à la connexion ADSL. C'est vraiment très simple.

Que faire si un problème de connexion se présente soudainement?

Grâce au service clientèle gratuit qui fonctionne 24h sur 24, cela ne pose aucun problème.

Chaque restaurant devrait donc avoir une connexion WiFi?

Tout dépend de la clientèle et de l'ambiance. Un restaurant chic et haut de gamme en aura moins l'utilité qu'un restaurant fréquenté essentiellement par

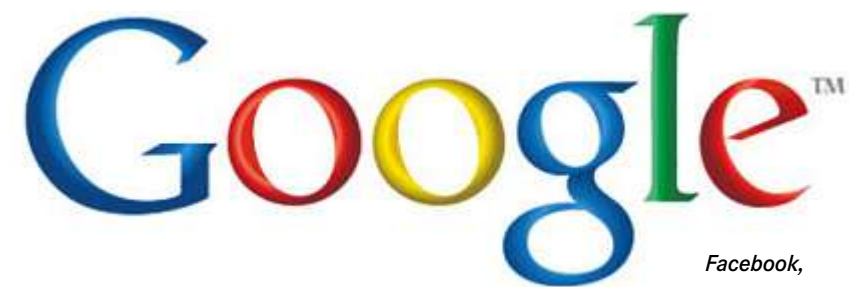
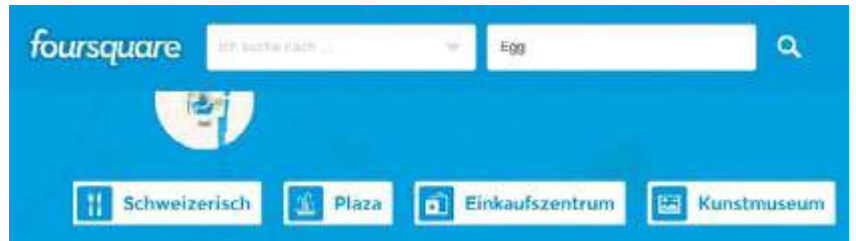
d'accès WiFi, en le limitant ou en le rendant par exemple payant à midi. L'après-midi, quand il y a moins d'affluence, la connexion peut être ouverte sans limitation, et le client peut surfer gratuitement.

Quels sont les autres avantages d'un tel service pour les clients?

Grâce à ce service, l'établissement peut assurer sa promotion. Pour pouvoir se connecter, le client doit s'enregistrer par le biais d'une page de connexion aux couleurs du site web du restaurant. C'est là, qu'on peut indiquer les offres spéciales, capables d'intéresser de nouveaux clients, comme quelqu'un qui serait assis sur un banc près de l'établissement par exemple.

Est-ce que l'enregistrement n'est pas trop compliqué?

Non, le processus se fait via le numéro de portable. La loi



Facebook, Foursquare ou Google? L'expert nous explique quels services et quelles plateformes sont mieux adaptées au secteur de la restauration.

oblige les utilisateurs de s'identifier quand ils utilisent un point d'accès public à Internet. Cette responsabilité peut être assurée par les opérateurs.

Passons aux réseaux sociaux: quand faut-il miser sur Facebook par exemple?

Avoir une page commerciale sur Facebook sous-entend une interaction avec les clients; cela n'est utile que si un restaurant organise des événements. Dans ce cas Facebook de-

vient même plus important que le site Internet. Pour un restaurant classique Facebook reste secondaire, mais il faut savoir qu'on peut utiliser Facebook à son avantage juste en félicitant par exemple le club de foot local pour sa victoire sur sa page Facebook et en lui offrant une bière. Ainsi on fait de la pub à partir de plateformes déjà existantes.

Suite à la page 13 ►

Les indispensables du marketing en ligne

1 Avoir un propre site Internet qui contient l'adresse, l'emplacement et les horaires d'ouverture. Misez sur la simplicité et faites réaliser votre site par un professionnel.

2 Proposer un accès WiFi gratuit est indispensable si votre clientèle est constituée de jeunes ou de clients commerciaux. Cette prestation reste un argument commercial de taille.

3 Être présent sur les principaux réseaux sociaux. Si vous organisez des événements, une page Facebook

convient parfaitement et vous permettra d'échanger sans difficultés avec vos invités. Il est conseillé de figurer sur les principaux réseaux sociaux géo-localisés (Foursquare, Google avec Google Places et Google local, Yelp, Qype, My Table).

→ www.facebook.com

→ www.foursquare.com

→ www.google.ch

→ www.yelp.ch

→ www.qype.com

→ www.mytable.com

Accès gratuit à Internet pour vos clients



Du matériel informa-
tique d'une valeur de
199 CHF offert

Grâce à la société Monsoon AG, vos clients pourront accéder gratuitement à Internet. Si vous vous engagez sur trois ans, nous vous offrons le matériel informatique d'une valeur de 199 CHF; les frais de fonctionnement s'élèvent à 28 CHF/mois.

Vous trouverez de plus amples informations et un bon de commande sur **MyFELDSCHLOESSCHEN.ch** sous «Gérer votre business / Deals».



Quels sont les dangers de ces plateformes?

Toute page interactive doit être gérée en permanence, cela vaut aussi pour les sites Web avec livre d'or. Si on n'a pas de temps à y consacrer mieux vaut s'abstenir, car l'échange permanent avec les clients peut vite devenir chronophage. Personnellement j'y vois l'opportunité de passer le relais à la jeune génération qui est beaucoup plus à l'aise avec les réseaux sociaux.

Mis à part Facebook existe-t-il d'autres réseaux

sociaux sur lesquels on peut miser?

Ce sont surtout les réseaux sociaux géo-localisés qui peuvent intéresser les restaurateurs. Je pense à des portails comme Foursquare qui fonctionnent surtout via les smartphones. Ce service utilise la fonction GPS de l'appareil mobile pour établir la position actuelle de l'utilisateur et lui proposer des lieux de sortie. Les commentaires laissés par les internautes, assurent la publicité de votre établissement et permet d'attirer des

nouveaux clients. Pour cela, les restaurateurs doivent s'enregistrer. L'enregistrement gratuit se fait une seule fois. Il n'y a pas de publicité gratuite plus simple.



De plus en plus de clients ont besoin de pouvoir surfer sur Internet par le biais de leurs smartphones.

Notre nouvelle offre Internet, réservée à nos clients Feldschlösschen

Accès gratuit à Internet pour vos clients

Du matériel informatique d'une valeur de 199 CHF offert

Grâce à la société Monzoon AG, vos clients pourront accéder gratuitement à Internet. Si vous vous engagez sur trois ans, nous vous offrons le matériel informatique d'une valeur de 199 CHF; les frais de fonctionnement s'élèvent à 28 CHF/mois.



Site Internet professionnel...

...pour seulement 750 CHF

Création d'un site Internet professionnel pour votre établissement en collaboration avec la société Toweb GmbH. Le prix forfaitaire de 750 CHF correspond à la moitié du prix du marché; les 12 premiers mois comprennent:

- site Internet moderne et élégant avec 8 sous-rubriques
- l'enregistrement du nom de domaine
- 5 mises à jour d'image et de textes par mois
- l'hébergement
- 4 adresses de courriel
- formulaire de contact sur le site Internet
- compteur de visiteur et module de statistique en ligne
- sauvegarde hebdomadaire du site
- assistance technique par courriel et par téléphone

+++Offre supplémentaire+++

Page Facebook...

pour seulement 549 CHF

Création d'une page Facebook professionnelle pour votre établissement en relation avec votre nouveau site Internet.



*Vous trouverez de plus amples informations et un bon de commande sur **myfeldschloesschen.ch**, sous «Gérer votre business / Deals».*

Notre nouvelle offre Internet, réservée à nos clients Feldschlösschen

Site Internet professionnel...

...pour seulement 750 CHF

Création d'un site Internet professionnel pour votre établissement en collaboration avec la société Toweb GmbH. Le prix forfaitaire de 750 CHF correspond à la moitié du prix du marché; les 12 premiers mois comprennent:

- site Internet moderne et élégant avec 8 sous-rubriques
- l'enregistrement du nom de domaine
- 5 mises à jour d'image et de textes par mois
- l'hébergement
- 4 adresses de courriel
- formulaire de contact sur le site Internet
- compteur de visiteur et module de statistique en ligne
- sauvegarde hebdomadaire du site
- assistance technique par courriel et par téléphone

+++ Offre supplémentaire +++

Page Facebook...

...pour seulement 549 CHF

Création d'une page Facebook professionnelle pour votre établissement en relation avec votre nouveau site Internet.



Vous trouverez de plus amples informations et un bon de commande sur
MyFELDSCHLOESSCHEN.ch sous «Gérer votre business / Deals».



Réussir grâce à **myfeldschloesschen.ch**

La nouvelle plateforme perçue par nos clients

Commander de la marchandise à tout moment et à tout endroit, concevoir du matériel de publicité, s'informer sur les actions et plus encore: nos clients témoignent comment ils utilisent et apprécient myfeldschloesschen.ch.

Vikas Kakkar (Club Kuppel, Bâle)

«myfeldschloesschen.ch facilite mon travail»

→ «Toujours disponible depuis partout grâce au smartphone – au bureau ou à la maison – myfeldschloesschen.ch me simplifie considérablement la vie» témoigne Vikas Kakkar, le chef de bar du club bâlois Kuppel. Il est un des premiers utilisateurs et passe désormais toutes ses commandes depuis cette plateforme. «Auparavant

une commande envoyée par fax pouvait se perdre; maintenant ça marche à tous les coups», nous dit-il.

Ainsi, il garde toujours un aperçu de l'état des stocks et des factures ouvertes. «Pourquoi s'accrocher au papier et au téléphone, quand on dispose d'une technologie moderne?».

→ www.kuppel.ch



Vikas Kakkar du club Kuppel passe ses commandes à partir de partout et quand il le veut.

Roland Herren (Flughafen-Beizli, Thoune)

«Pouvoir commander le dimanche»



Le bistro d'aéroport de Thoune passe ses commandes en ligne.

→ «Ça fonctionne à toute heure et son utilisation est simple» nous dis Roland Herren. Le Thunois utilise myfeldschloesschen.ch surtout le dimanche: «C'est là que je l'ai le temps de passer tranquillement mes commandes par un clic de souris». L'époux de l'aubergiste Cornelia Ruchti Herren utilise volontiers Internet. Il a conçu une

page Facebook pour le bistro de l'aéroport et conçoit son matériel de publicité directement sur myfeldschloesschen.ch. Roland Herren apprécie le fait de ne dépendre ni d'horaires d'ouverture ni d'un emplacement et de pouvoir utiliser myfeldschloesschen.ch depuis son smartphone.

→ www.thun-airfield.ch

François Terrapon (Bar L'imprévu, Carouge)

«Sans perdre du temps au téléphone»

→ «C'est la solution parfaite pour moi», s'emballe François Terrapon. Le propriétaire de bar genevois fait partie des premiers et des plus réguliers clients de myfeldschloesschen.ch. L'outil lui facilite énormément le travail: «Je suis toujours occupé à l'Imprévu et je n'arrive presque jamais à m'acquitter des tâches administratives durant les heures de bureau. C'est pour cela que j'apprécie pouvoir commander à tout moment ma marchandise à partir de mon smartphone.»

Actions et nouveautés

Par ailleurs, François Terrapon s'informe également par ce biais sur les actions et les nouveautés. «Là aussi, je ne suis pas lié aux horaires d'ouverture et je ne perds pas de temps au téléphone.»



«La solution parfaite» selon le bar L'imprévu à Carouge.

La grande finale du Carlsberg Nightlife Challenge

La fête sur le Pilate, transmise en direct dans trois clubs branchés

Près de 1000 fêtards ont dansé avec les célèbres DJ Tanja la Croix et Yves Larock. La grande finale du Carlsberg Nightlife Challenge se tint sur le Pilate et fut transmise simultanément dans trois clubs branchés, grâce à la technologie hologramme.

→ Durant tout l'été, les clients suisses de Carlsberg ont fait chauffer l'atmosphère dans leurs clubs. À la mi-septembre, le Carlsberg Nightlife Challenge a désormais trouvé son apogée. Lors de la Best Swiss Party Ever sur le Pilate, les noctambules ont dansé jusqu'à quatre heures du matin. Les célèbres DJs internationaux Tanja La Croix et Yves Larock se donnèrent à fond et

l'enthousiasme des fêtards ne se limita pas au célèbre mont de Lucerne, puisque cette manifestation légendaire fut transmise en direct dans les clubs «Le Ciel» à Berne, «Aura» à Zurich et «MOA» à Genève.

Un succès pour la restauration
Le Carlsberg Nightlife Challenge profita surtout à la restauration. Les clubs intéressés

pouvaient proposer à leurs clients quelque chose d'unique et reçurent des packs de promotion ainsi que de la pub dans différents médias.

Impressions de la Best Swiss Party Ever sur le Pilate.



CalandaRock déménage au City West de Coire

À Coire, les dance parties font leur entrée au centre commercial

Une première pour la Suisse: avec le traditionnel CalandaRock, des fêtes dansantes auront lieu dans un centre commercial, le nouveau City West de Coire.

➔ À Berlin et dans d'autres grandes villes européennes, les shopping centers attirent les foules grâce à leurs dance parties. À Coire aussi désormais. Le CalandaRock a déménagé dans les Twin Towers du centre commercial City West à Coire. La première fête dansante aura lieu le 9 novembre, puis d'autres suivront tous les deux mois.

CalandaRock et Carlsberg

Le CalandaRock entraîne son partenaire Feldschlösschen et la bière Nightlife Premium Carlsberg dans son sillage à l'Event Hall du City West. Rico Böni, propriétaire des lieux et organisateur des futures dance parties: «Les prestations et les produits de Feldschlösschen conviennent parfaitement à nos fêtes. Nous avons de la chance de pouvoir compter sur un partenaire solide qui saura nous épauler dans notre nouvelle aventure à l'Event Hall.»

➔ www.citywest-eventhall.ch



Rico Böni et le CalandaRock au City West de Coire.



Transmission directe du Pilate dans trois clubs branchés par hologramme: la Best Swiss Party Ever, vue du club «Aura» à Zurich.



Ma bière préférée: Feldschlösschen Original

«Après une randonnée, rien de tel qu'une bière bien fraîche»



« La bière, je n'en bois que rarement. Mais après une randonnée épuisante, rien de tel qu'une Feldschlösschen Original bien fraîche pour me désaltérer et refaire le plein d'énergie pour le chemin du retour. »

Rubini, en visite à la cabane CAS Doldenhorn à 1915 m, Kandersteg.

Des fruits frais tendance, originaires de la vallée de Rauch: Cranberry, la „trendy berry“ et happy day Mangue

Particulièrement forte en goût et haute en couleur : Rauch propose une baie rouge tendance de très grande qualité à présenter plus spécialement sur les tables gastronomiques (désormais disponible dans d'élégantes bouteilles consignées de 0,2 l). Le goût exotique de happy day Mangue (contenance 1 l) vient compléter la gamme de produits de tout bon bar.

Attention! Offres promotionnelles importantes dans le HIT FLASH de novembre 2013 sur tout l'assortiment de RAUCH.



„Trendy berry“ et „Exotic Mango“ (RANKWEIL/Autriche) „Pur ou mélangé, Cranberry est vraiment un must, déclare Heiner Schäublin, directeur des ventes chez Rauch Suisse. C'est pourquoi il était important pour nous de proposer à la gastronomie un produit de qualité réellement supérieure. Nous n'utilisons aucun arôme artificiel et avons une teneur élevée en pur jus de canneberge. Ce qui lui donne un goût incomparement intense et naturel, ainsi que cette couleur rouge soutenue.“



L'exotisme de son goût et le velouté de sa saveur sont les caractéristiques convaincantes de Happy day Mangue en pack d'1 l. Sa composition s'accorde harmonieusement avec un peu de jus de fruit de la passion et se prête bien à la réalisation de cocktails.

Dans sa jolie bouteille design de 0,2l Cranberry de Rauch offre un rafraîchissement coloré et goûteux. Il convient merveilleusement bien à la confection de cocktails branchés.



Mojito Cranberry
6 à 8 cl de Cranberry de Rauch
4 cl de rhum
1,5 à 2 cl de jus de citron vert
1 cuillère à soupe arasée de sucre roux
menthe

COMMANDER MAINTENANT!
sur
myfeldschioesschen.ch

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.



Les assoiffés



Des bruits

Stephan: Beat, que dis-tu de quelqu'un qui fait des rots en public?

Beat: Il y a pire je trouve.

Stephan: Ah bon?

Beat: À l'hôtel, les nuisances sonores explicites venant de la chambre adjacente ou l'abolement effroyable d'un chien

lorsque je passe près d'une ferme.

Stephan: En ce qui me concerne, la sonnerie d'un réveil surpasse tout. Ou encore le bruit des chantiers à six heures et demie du matin – qui cesse, bien sûr, dès que je suis complètement réveillé.

Beat: Ces hurlements terrifiants qui émanent de la salle de traitement chez le dentiste, ou quand on sonne à la porte au moment précis où je m'installe peinard devant ma télé.

Stephan: Le robot tondeur que mon voisin met toujours en marche à l'heure de la sieste,

Les éditoriales de SOIF:

Stephan Pörtner (à g.), écrivain, traducteur, lauréat du prix du polar zurichois.

Beat Schlatter (à dr.), acteur, cabarettiste et scénariste.

parce qu'il l'a mal programmé. Sans compter les souffleurs de feuilles.

Beat: Le crissement métallique en cas de rencontre avec un obstacle inaperçu quand on fait marche arrière pour sortir du garage.

Stephan: Quand le patron du bar d'à côté jette ses bouteilles vides dans le container en fermant boutique. Ou encore, l'autre jour, ce musicien dans le tram qui chantait atrocement faux, c'était pire que le grincement des freins dans chaque virage.

Beat: Mais rien ne m'angoisse autant que le silence. Ce silence qui s'installe au moment où je veux me resservir et que la bouteille de bière est déjà vide.

Centre de services à la clientèle Feldschlösschen

La solution à vos souhaits

➔ Livraison incomplète? Tireuse à bière tombée en panne? Un autre souci vous tracasse? Feldschlösschen est là pour vous dépanner!

Les sept collaboratrices et collaborateurs expérimentés du centre de services à la clientèle savent parfaitement gérer les

situations délicates et disposent d'excellentes relations internes chez Feldschlösschen.

Compétence et serviabilité

«La compétence et la serviabilité sont nos deux atouts majeurs», déclare Manfred Weiss, responsable Services. En cas

de pépins qui requièrent une solution rapide, nos «sapeurs-pompier» stationnés au centre de services à la clientèle Feldschlösschen sont là pour vous apporter du secours.

Par conséquent, en cas d'incendie, composez tout simplement le 0848 125 101!



Notre centre de services: compétent et sympathique.



Lexique de la bière

H comme houblon

Le houblon donne son goût typique à la bière. La part de houblon dans la bière est d'environ 100 à 400 g par hectolitre selon le type de bière. Le brasseur n'emploie que les fleurs femelles sans fruit du houblon, appelées «Dolden». Ces dernières contiennent des essences amères et aromatiques. Feldschlösschen produit ses bières suisses avec du houblon suisse, dont l'entreprise est le plus gros client. À propos: le houblon est également une plante médicinale qui s'utilise notamment pour traiter l'ostéoporose.

La blague du mois

Bruno raconte à son épouse Erika: «Hier, au bistrot, quelqu'un a promis d'offrir dix bouteilles de vin à celui qui n'aurait jamais embrassé une autre femme alors qu'il était marié. Eh bien, personne ne s'est annoncé.» – Elle lui demande alors d'un ton lourd de reproches: «Mais Hans, pourquoi tu ne t'es pas annoncé?» – «Erika, répond-il, tu sais bien que je ne bois que de la bière!»

Goûte la nouvelle Cardinal Draft Absinth...



... si tu l'oses!

À commander sur
myfeldschloessen.ch

Consommer
avec modération.



Près de 600 visages réjouis à la halle de la foire «Forum»

«Soirée Cardinal»: les Fribourgeois font un ban pour leur bière

La «Soirée Cardinal» constitue une tradition à Fribourg: une fois par an, cette marque connue en Suisse entière revient à ses origines. Parmi les invités, on trouve de nombreux clients restaurateurs.

➔ De nombreuses personnalités de la politique, de l'économie et de la culture ont rejoint les clients restaurateurs et ceux du commerce de détail, pour assister à une «Soirée Cardinal» très réussie.

Les origines de la marque

L'objectif de cette traditionnelle soirée est de réunir les différentes personnes intéressées et de mettre en évidence le solide

ancrage local de cette marque de haut renom dans toute la Suisse. Le développement de Cardinal en Suisse est très réjouissant, puisque la marque jouit partout d'une grande popularité, déclara Thomas Amstutz, CEO de Feldschlösschen, non sans préciser que «Cardinal est étroitement liée à la ville et au canton de Fribourg, et il est important de conserver les origines de la marque».



Thomas Amstutz (CEO de Feldschlösschen, à gauche) et Manfred Gauch (directeur de la Cave des Rochers à Guin) profitent de leur soirée à Fribourg.



Accueil convivial: des caisses jaunes indiquent aux invités le chemin vers la halle de la foire «Forum» à Fribourg.



René Zurkinden, ambassadeur de Cardinal (à gauche), discutant avec Beat Vonlanthen, conseiller d'Etat du canton de Fribourg.



Ambiance décontractée: les clients profitent de la «Soirée» et dégustent une bière Cardinal fraîchement tirée.



APÉRO-TIME

NOUS VOUS CONSEILLONS:



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


FELDSCHLÖSSCHEN
Part of the Carlsberg Group

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

Du vin. Tout simplement.

horeca

Concours

Bière vintage récompensée

Vous avez été attentif en lisant ce numéro de SOIF? Alors ce quiz ne devrait pas vous poser problème. Les lettres des six bonnes réponses forment le mot de la solution.

1. Comment s'appelle le nouveau concept de vin de Feldschlösschen?

E The Glass
O The Bottle
I The Cup

2. Qu'est-ce qui doit impérativement figurer sur le site Internet d'un local?

N Adresse et heures d'ouverture
T Lieu d'origine des gérants
R Biographies du personnel de service

3. Où a lieu en automne la «Soirée Cardinal»?

F À Zurich
K À Rheinfelden
L À Fribourg

4. Comment s'appellent les deux éditorialistes de SOIF?

A Mike Müller et Milena Moser
I Beat Schlatter et Stephan Pörtner
E Stan Laurel et Oliver Hardy

5. D'où provient la Grimbergen, notre bière du mois?

B Du Mexique
C Des Pays-Bas
N De Belgique

6. Dans quelle ville suisse danse-t-on dans le centre commercial?

V À St-Gall
E À Coire
J À Brigue

La solution est:



JAHRGANG 2011



LIMITIERTE AUFLAGE, NR. 052

Une spécialité du bâtiment sud de Feldschlösschen à Rheinfelden: la bière «Theophil Vintage II».

«Theophil Vintage II» reçoit le «Red Dot Award»

L'édition limitée de la bière spéciale «Theophil Vintage II» de Feldschlösschen a obtenu une distinction du «Red Dot Award». Le «Red Dot Award» est l'un des concours de design les plus renommés au niveau mondial. L'agence Process, auteur du design de la «Theophil Vintage II» sur

mandat de Feldschlösschen, s'est vu remettre ce prix très convoité à Berlin le 18 octobre.

Cerises du Fricktal

La «Theophil Vintage II» est née en septembre 2011 en édition limitée de 500 bouteilles en hommage aux fondateurs de Feldschlösschen Theophil

Roniger et Mathias Wüthrich. Les exquis cerises du Fricktal confèrent un arôme fruité intense à cette bière brune. Participez au concours de cette même page. Avec un peu de chance, vous gagnerez l'une des 20 bouteilles numérotées de «Theophil Vintage II» en édition limitée.

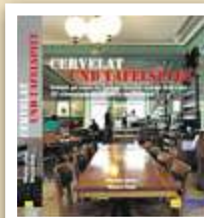
Participez!

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

Avec un peu de chance, vous gagnerez une bouteille de bière spéciale d'exception «Theophil Vintage II».

Dernier délai d'envoi: le 10 novembre 2013

Les gagnants du concours SOIF, septembre 2013



Ont gagné chacun un livre «Cervelat und Tafelspitz»: **Rudolf Nussbaum**, Péry; **Orlando Grandi**, Fiesch et **André Glaser**, Reinach. Ont gagné chacun une Smartbox «Rêves et Délices»: **Carole Perucco**, Rebeuvelier; **Jean-Michel Niklaus**, Lugano et **Paul Käppeli**, Merenschwand. Nos félicitations!



WIN THE GOLDEN POTATO



Gagne la
pomme de terre en or
d'une valeur de
CHF 10'000.–



AGRITOURISME
SUISSE
WWW.AGRITOURISME.CH

Nous faisons tout pour produire les meilleures chips.

Z
ZWEIFEL

LES PROS
DES CHIPS

Toutes les infos sur les sachets de chips, www.zweifel.ch ou www.zweifel.ch/facebook

zweifel.ch/gastro

Au delà de nos frontières



Lors du Dinner-Jumping, l'appétit ne cesse de revenir



Séance de photo pour une belle initiative: Dinner-Jumping met les restaurateurs de bonne humeur.

Dinner-Jumping: en voilà une idée intéressante pour la restauration et le tourisme suisse! Cinq restaurateurs en Forêt-Noire vous montrent comment proposer à vos clients une aventure tout à fait extraordinaire.

→ Cinq restaurateurs se sont réunis autour du même objectif: au lieu de tout simplement leur servir le dîner au restaurant, ils invitent leurs clients à se déplacer d'un endroit à l'autre. En effet, la commune de Sasbachwalden en Forêt-Noire est l'endroit rêvé pour une telle expérience: chaque plat est suivi d'une petite balade digestive vers le prochain restaurant, où se tiendra la suite du repas. Tandis que le Dinner-Jumping booste les affaires des restaurateurs, il permet aux clients de découvrir un grand nombre de

spécialités culinaires de manière tout à fait originale. L'idée est simple: cinq restaurateurs proposent un menu à quatre plats dans quatre restaurants différents. Ils sont cinq à participer, afin de garantir la réussite de l'offre Dinner-Jumping également sur commande individuelle.

Restaurants divers

Parmi les locaux participants, on trouve de tout: restaurants rustiques – à savoir «Holzwurm», «Fässlewirt», «Sonne» – et restaurants étoilés dont l'hôtel-restau-

rant Engel et l'hôtel Talmühle. Trois d'entre eux sont des voisins immédiats, les deux autres se trouvent à 15 minutes à pied au maximum.

Menu surprise

Les hôtes décident eux-mêmes de l'ordre des restaurants où ils dégusteront leur menu surprise. À la première étape, un verre de vin mousseux du terroir et une entrée les attendent, à la prochaine ce sera un entremets.

Après s'être dégourdi les jambes, ils se verront servir le plat principal à la troisième étape, avant de terminer leur voyage gourmand par le dessert à la quatrième étape.

Le prix s'élève à 80 francs suisses et inclut la majorité des boissons. Réservations auprès des restaurants participants ou par le biais de l'office du tourisme de Sasbachwalden.

→ www.sasbachwalden.de

La pension Holzwurm fait partie du Dinner-Jumping.



Musique à la carte au «Schluggstube», Bâle

Les hôtes choisissent la musique avec une appli spéciale

Établissement légendaire au décor insolite, cette entreprise familiale fait également bande à part en matière de musique: le restaurateur Lukas Intlekofer a créé une appli qui permet à ses clients de choisir leur musique.

➔ Dans cette ambiance marquée par des antiquités, lustres, miroirs, guirlandes et autres bibelots de charme, les originaux de Bâle se donnent volontiers rendez-vous. «Vous rencontrez chez nous un mélange multicolore de gens qui partagent de bons moments», déclare Lukas Intlekofer au sujet de ses clients dont la majorité ne sont plus tout jeunes.

«Schluggstube»
à Bâle, avec
service
musical
particulier.



Musique via smartphone

Ce mélange d'hôtes hétéroclite exige un encadrement individuel: Lukas Intlekofer, 32 ans, laisse à ses clients le soin de choisir le fond musical. Il a mis

au point une appli qui invite ses hôtes à choisir par le biais de leur smartphone leur chanson préférée d'une liste quasiment infinie. Ce service musical est très prisé et les bijoux le sont également. Il arrive de temps à

autre qu'un client veuille acquérir un objet précis. Lukas Intlekofer: «Les antiquités qui me tiennent moins à cœur, je les vends volontiers à quelqu'un qui saura les apprécier.»

➔ www.schluggstube.ch



Restaurant La Gérine à Marly

Plus de chiffre d'affaires grâce aux repas de Noël

Le restaurateur Conrad Risse connaît beaucoup de succès pendant l'Avent et nous explique comment augmenter son chiffre d'affaires avec les repas de Noël.



Repas de Noël à la Gérine avec des clients satisfaits et Conrad Risse derrière le robinet de tirage.

➔ Cela fait des années que le chiffre d'affaires de Conrad Risse augmente en décembre, pendant la période de l'Avent ainsi qu'en janvier où il organise encore une quinzaine de repas de Noël avec une moyenne de 60 à 70 clients. Le restaurateur fribourgeois mise pour cela sur une parfaite prépara-

tion de ces soirées. Son conseil: «Abordez le menu en détails et en tête-à-tête avec le client et essayez également de satisfaire ses demandes particulières.» La plupart du temps, le programme est organisé par les sociétés. Selon Conrad Risse, «il est important de proposer une grande pièce, jo-

liment aménagée et de disposer de suffisamment de personnel, car il n'y a rien de plus agaçant que des longues périodes d'attente.»

Une grande fête avec les clients qui a toujours lieu le samedi avant Noël marque le point culminant de la période d'Avent pour la Gérine: de cette manière, Conrad Risse remercie la centaine de clients habitués pour leur fidélité durant l'année.

➔ www.lagerine.ch

Les anniversaires de nos clients: Thomas Domenig

Depuis 20 ans, cet architecte de Coire mise sur Feldschlösschen

Thomas Domenig senior est un fidèle client de Feldschlösschen. Voilà 20 ans que l'entrepreneur réputé de Coire tient en haute estime ce partenariat à base d'une confiance mutuelle.

→ Comme nul autre, il a visiblement laissé son empreinte sur la ville de Coire: de par ses constructions, en particulier les «Tours Jumelles» du City West, Thomas Domenig senior a profondément marqué la capitale grisonne.

Rapports décontractés

Il est client de Feldschlösschen par douze locaux de la région de Coire – dont le célèbre «Giger Bar». Au «Lacuna» de Coire, qui fut son premier restaurant, il sert depuis 20 ans les bières

Feldschlösschen à la pression. «Coopération honnête depuis 20 ans et prestations impeccables», déclare l'octogénaire.

Une bière avec le rhinocéros

Köbi Gross, directeur de Domenig Immobilien, renchérit: «Avec notre Sales Manager Jürg Felix, nous pouvons compter sur une excellente collaboration.» Puis c'est au tour de Felix de confirmer: «Nous entretenons des rapports décontractés, basés sur la confiance mutuelle.»



Thomas Domenig senior (à dr.) et Köbi Gross, directeur de Domenig Immobilien.

Voici quelques années que Domenig a remis les activités opérationnelles à ses fils. Il passe la moitié de l'année à son «Omaruru Game Lodge» en Namibie – en tête à tête avec

les rhinocéros, éléphants et girafes, où il aime déguster une Windhoek lager. Quant à sa bière préférée du pays: «Il faut absolument que ce soit une Feldschlösschen.»

Cinéma 8, Schöftland

Cinéma et culture de la bière



Rolf Häfeli au bar du «Cinéma 8».

→ Le «Cinéma 8» à Schöftland est connu dans tout le Mittelland. Il comprend un cinéma et un grand bar qui offre aussi une petite restauration. Rolf Häfeli a conçu et transformé le «Cinéma 8» il y a 14 ans. Ses clients apprécient le «ciné-brunch» et, en été, le cinéma open air. Avant et après le film, on se retrouve volontiers au bar. À présent, Rolf Häfeli agrandit son «Cinéma 8»: bientôt surgiront encore à Schöftland un hôtel, plusieurs salles de cinéma et un bowling. «Nous construisons l'un des premiers hôtels en Europe où l'on peut regarder un

film du balcon de sa chambre», dit Rolf Häfeli.

Changement pour Feldschlösschen

La bière est un important facteur du chiffre d'affaires. C'est pourquoi Rolf Häfeli a opté pour Feldschlösschen. Les bières pression Cardinal Spéciale, Hoegaarden et Guinness ont reçu un accueil très positif de ses clients. Et il ajoute avec satisfaction: «Feldschlösschen nous soutient mieux que notre précédent fournisseur de boissons.»

→ www.cinema8.ch

Un rafraîchissement intemporel

DEPUIS 1783

COMMANDER
MAINTENANT!
sur
myfeldschloessen.ch



UNEXPECTED SINCE 1783

www.schweppes.ch

L'eau minérale classique apparaît dans un nouvel éclat

La nouvelle apparence d'Arkina séduira vos clients

L'habit fait l'homme. Et l'eau minérale. Arkina se présente en nouveau look, qui saura certainement plaire à vos clients. Dès maintenant en bouteille PET et au premier trimestre 2014 également en verre: le nouveau design ne tardera pas à attirer les regards.

→ Plate ou gazeuse: la qualité prouvée d'Arkina, légèrement minéralisée, demeure inchangée depuis 1922. Son goût neutre et ses origines sont également restés les mêmes. Arkina reste le parfait compagnon au restaurant et le parfait désaltérant en route comme au travail.

Design moderne et frais

L'image de la marque a changé: Arkina se présente désormais dans un nouveau look moderne et frais – dès maintenant en bouteille PET et au premier trimestre 2014 également en verre. Sa nouvelle robe ne manquera pas de convaincre vos clients.



Excellente présentation: Arkina verte (gazeuse) et Arkina bleue (plate) et son nouveau look.

La passionnante origine de l'eau minérale

Un Arménien a fondé la maison Arkina



Le nom Arkina vient d'Arménie: le fleuve Arghina à l'est de la Turquie.

→ Dans les années 1920, Puzant Masraff, un fabricant de cigarettes de souche arménienne, séjourna souvent en Suisse pour convalescence. Le 4 juillet 1921, il fonda la maison Arkina SA, qui distribuait dès 1922 l'eau minérale, alors nouvelle sur le marché. «Le nom Arkina est dérivé d'un village au bord du fleuve Arghina, en Turquie», raconte Monique Bondolfi-Masraff, petite-fille de Puzant Masraff, domiciliée en Suisse romande. Depuis 2008, Arkina est embouteillée au site de Feldschlösschen Rhäzüns.



Dans les premiers temps d'Arkina, les bouteilles se présentaient ainsi.

Bière Franziskaner non filtrée pour les recettes à base d'œufs**Omelette au lard, chanterelles et crème aux herbes acidulée****Recette pour 4 personnes****Ingrédients**

8	œufs
100 ml	de crème
8 tranches	de lard
400 g	de chanterelles fraîches
1 peu de	bière Franziskaner non filtrée
200 g	de crème acidulée
1 botte	de ciboulette
1 bouquet	de persil
	cerfeuil
	estragon
	sel
	poivre
	noix de muscade râpée
	huile végétale

Préparation**Omelette**

Battre avec soin les œufs, la crème et la bière blanche, assaisonner de sel, poivre et un peu de noix de muscade râpée. Chauffer l'huile dans une petite poêle, verser ¼ du mélange aux œufs et laisser prendre. Quand la partie inférieure est ferme et jaune doré, replier l'omelette en deux et retirer de la poêle. L'omelette doit être moelleuse au milieu. Préparer de la même façon quatre omelettes avec le reste de la préparation aux œufs.

Lard et chanterelles

Poser les tranches de lard sur une plaque de cuisson et mettre au four à 180 °C (chaleur tournante) jusqu'à ce qu'elles deviennent croustillantes. Chauffer un peu d'huile à la poêle, faire revenir les chanterelles lavées au préalable, saler et poivrer. Couper la ciboulette en fines petites rondelles et ajouter aux champignons.

Crème aux herbes acidulée

Laver et sécher le persil, le cerfeuil et l'estragon. Effeuer délicatement et hacher finement. Mélanger la crème acidulée et les fines herbes puis saler et poivrer.

Votre recette

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 recettes les plus originales et les publiera.

Envoyez-nous
vos recettes de cuisine
à base de bière!

Omelette rustique et bière blanche fruitée

Une lampée de bière blanche Franziskaner non filtrée donne un goût unique à l'omelette au lard. Pour le petit déjeuner ou plus tard dans la journée: étonnez vos hôtes en ces journées d'automne avec une création originale.

→ Les premières traces de la brasserie Franziskaner remontent à 1363. Cette année-là, en Bavière, on parle pour la première fois de la «brasserie des franciscains». Ce nom provient du monastère des franciscains tout proche, avec lequel des échanges soutenus avaient lieu.

Appétit et soif

Dans le sud de l'Allemagne, la bière possède une longue tradition: elle accompagne les repas fins et entre dans la préparation de nombreux plats. La brasserie Franziskaner cultive cette tradition. Dans son magazine du goût «Der Franz», on trouve une série de recettes



Omelette au lard, chanterelles et crème acidulée aux herbes.

dans lesquelles la bière joue un rôle primordial. Essayez donc cet automne l'omelette au lard rustique accompagnée de chanterelles et de crème acidu-

lée aux herbes. Ce mets savoureux aiguëra à coup sûr l'appétit de vos hôtes, et leur soif aussi!

→ www.franziskaner-weissbier.de

Avec cette omelette, une Franziskaner non filtrée

Les sommeliers de la bière de la brasserie Franziskaner en Bavière et de Feldschlösschen sont unanimes: pour accompagner l'omelette au lard, aux chanterelles et à la crème acidulée aux herbes, la bière blanche Franziskaner non filtrée convient à merveille. Ses parfums fruités sont encore rehaussés de nobles épices. Son arôme unique et le goût rustique de l'omelette forment un ensemble parfait qui éveille l'appétit. Les restaurateurs peuvent commander la bière blanche Franziskaner non filtrée sur notre plate-forme myfeldschloesschen.ch.

→ MyFELDSCHLOESSCHEN.ch



Agenda de myfeldschloesschen.ch

Foires, oignons et chevaux

■ **Igeho à Bâle:** le Salon international de l'hôtellerie, de la gastronomie et de la consommation hors domicile aura lieu du 23 au 27 novembre à Bâle. Appenzell sera l'invité d'honneur. En même temps que l'Igeho se tiendront la Mefa et la Mefatec.

→ www.igeho.ch

■ **Zibelemärit à Berne:** le 4^e lundi de novembre est comme de coutume placé sous le signe de l'oignon à Berne. Le 25 novembre, le traditionnel Zibelemärit rassemblera jeunes et vieux au cœur de la ville.

■ **Weihnachtsfunkeln à Rheinfelden:** la période de Noël est célébrée à Rheinfelden par le «Weihnachtsfunkeln». La fête, qui se tient dans la vieille ville, aura lieu cette année le 29 novembre. L'un des points forts de l'événement sera l'attelage à six de Feldschlösschen en parure de fête.



L'Igeho et son offre variée.



L'attelage à six au Weihnachtsfunkeln.

MyFELDSCHLOESSCHEN.ch
— Soif. envie de plus —

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

durst@fgg.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 Septième 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

Freshfocus, Textension

En toute lucidité aussi, c'est le bon choix.



LES NOUVEAUX FORD **TRANSIT**



Go Further

JÄGER TONIC



Schweppes®



Jägermeister

www.diwisa.ch
www.schweppes.ch

Je profite de cette offre (v. HitFlash) et je passe commande de:
2 harasses Schweppes Tonic et 5 bouteilles Jägermeister et je reçois
gratuitement 1 harasse Schweppes Tonic et 1 bouteille Jägermeister

Numéro de client:

Client:

Adresse:

NPA/Lieu:

Téléphone:

ACTION

RECETTE JÄGER TONIC

4cl Jägermeister
2-3 cubes de glace
Compléter avec du Schweppes Tonic
Zeste de citron

Fax au 0848 80 50 11

DiWISA
DISTILLERIE

DIWISA Distillerie Willisau SA
Menznauerstrasse 23 | CH-6130 Willisau
T +41 41 972 72 72 | F +41 41 972 73 73