



SOIF

Le magazine de restauration de Feldschlösschen Boissons SA – www.journalsoif.ch
N° 1 | Janvier 2014



Neuf grandes tendances

...et leur impact sur la restauration suisse

Page 10

Orangina

Le jus de fruit dans sa bouteille cultissime saura séduire vos clients

Page 9

Bière à la pression

Bière plus fraîche et plus de profit grâce au nouveau Draught Master

Page 29

Exceptionnelle!

Carlsberg

0.95

Prix net
au lieu de 1.38
24x25cl VP caisse

1.30

Prix net
au lieu de 1.75
24x33cl VP caisse

1.44

Prix net
au lieu de 1.92
4x6x50 cl Boîte tray



**COMMANDER
MAINTENANT!**

myfeldschloessen.ch




**MAINTENANT,
AVEC 20%
EN PLUS!**

**La nouvelle
bouteille
de 33cl!**

Mit Verantwortung
genossen.




FELDSCHLÖSSCHEN
PREMIUM

 facebook.com/fspremium

Éditorial

Un avenir commun sous le signe du succès



Chères lectrices, chers lecteurs,

À partir de cette édition, notre journal pour les clients se paie un nouveau look! Nous changeons d'allure, car il faut savoir reconnaître les signes du temps, s'adapter aux mutations de la société, préserver ce qui a fait ses preuves tout en s'aventurant sur de nouveaux chemins.

Jamais le monde n'a connu de changements aussi fulgurants. Pour un avenir commun sous le signe du succès, nous avons analysé les nouvelles exigences de nos clients en interrogeant le cercle des gastrosophes. Découvrez à partir de la **page 10** les grandes tendances qui nous attendent et ce qu'elles impliquent pour les restaurateurs suisses.

Il y a des choses bonnes depuis leur création et destinées à le rester... Comme Orangina. A partir du 1^{er} janvier 2014, Feldschlösschen exploitera la licence suisse pour cette boisson unique – célèbre pour sa cultissime bouteille ronde – ainsi que pour la marque Dr Pepper. Découvrez comment profiter de cette offre à partir de la **page 9**.

L'avenir commence aujourd'hui et je vous souhaite une excellente année 2014.

Frédéric Bertholier
Area Sales Director
Suisse romande

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 2 000

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, Fotolia



Grandes tendances 10

Zéro émission 19



L'AG de Hürlimann SA 17



Bière de cave

Un rêve d'hiver du Valais



La bière de cave de la Brasserie Valaisanne à Sion est un rêve d'hiver. Cette bière trouble et non filtrée était déjà connue dans l'Antiquité. Elle est mise en bouteille immédiatement après la fermentation secondaire et connaît de nombreux adeptes jusqu'à nos jours. Plus savoureuse que la bière filtrée, elle déploie un discret soupçon de levure. Le hou-

blon aromatisé de Žatec lui confère en plus une note fleurie et l'eau de brassage en provenance de la source de «La fille» renforce l'identité spécifique de cette bière de cave de souche valaisanne.

Disponible pour les restaurateurs sous forme de bière à la pression en conteneurs de 20 litres.

Commander maintenant!

3.37 CHF

par litre

Bière de cave
Art. 10329
Conteneurs de 20 litres

www.myfeldschloesschen.ch



À PROPOS DE LA BIÈRE

La question du mois:

Comment s'appellent les deux bières spéciales de la marque Feldschlösschen, disponibles toute l'année en fûts?

Regardez sur myfeldschloesschen.ch. Vous y apprendrez tout ce que vous devez savoir au sujet des différentes bières pression. Vos clients vous en sauront gré.



FELDSCHLÖSSCHEN
ACADEMY

Saviez-vous que la plupart des clients se limite à commander «une bière»?

Les études de marché démontrent que les clients exigent aujourd'hui une plus grande diversité de produits et sont ouverts aux nouveautés. Avec des connaissances de produits pertinentes vous pourrez répondre de manière ciblée aux besoins de vos clients et recommander des spécialités à prix plus élevé!



VIN DU MOIS

Primitivo di Manduria

Commander maintenant!

12.90 CHF

la bouteille

Primitivo di Manduria
Art. 11834
6 x 75cl VP carton

www.myfeldschloesschen.ch

Sied parfaitement à...

Le Primitivo di Manduria met délicieusement en valeur la cuisine méditerranéenne, notamment les pâtes et pizzas, et complète les barbecues ou la viande rouge.

«The Bottle» - Food & Wine: www.bottle.ch



Apéro-bière

Une bière avec des galettes de purée

Vos clients n'ont pas terminé la purée de pommes de terre? Cette recette toute simple vous permettra de transformer les restes en délicieuses bouchées qui s'accordent bien avec une bière.



Galettes de pommes de terre au fromage

INGRÉDIENTS POUR 4 PERSONNES: 1 pincée de poivre de Cayenne, 1 œuf, 50 g de gruyère ou d'emmental râpé, 2 cs de parmesan râpé, $\frac{1}{3}$ verre de flocons d'avoine, 150 g de farine, 1 cc de lait, 100 g de purée de pommes de terre crues, $\frac{1}{4}$ cc de moutarde en poudre.

PRÉPARATION: Préchauffer le four à 210°C. Tamiser la farine dans un saladier et bien mélanger avec la purée de pommes de terre, le parmesan, le lait, l'œuf, la poudre de moutarde et le poivre de Cayenne. Prélever le mélange avec une cuillère à soupe et former des boulettes. Mélanger les flocons d'avoine au fromage et y rouler les boulettes, puis les aplatir en galettes d'un diamètre de 5 cm environ. Placer les galettes sur une plaque et dorer au four pendant 10 minutes. Laisser refroidir sur une grille avant de servir.

Recette fournie par GuteKueche.ch - das Gourmetportal.

À commander

Des shots pour le carnaval et les as de l'après-ski

Pendant le carnaval et aussi après une journée de ski, on boit des coups: les partenaires de Felsdschlösschen peuvent dorénavant commander des shots pour leurs clients et ainsi augmenter leurs ventes. Notre promo-

tion des shots commence le 13 janvier et couvre le Jägermeister, le Kleiner Feigling et le Bündner Rötheli (dans la limite des stocks). Les détails sont disponibles sur le HITFlash ci-joint.

**Jägermeister**

N° d'article 10583, 2 cl, bout. verre VP
35 vol. %, 1.29 franc/pièce

**Bündner Rötheli**

N° d'article 11484, 3 cl, VP carton
19,5 vol. %, 1.34 franc/pièce

**Kleiner Feigling**

N° d'article 11485, 2 cl, VP carton
20 vol. %, 1.15 franc/pièce

**Trojka Crème de fraise**

N° d'article 11486, 3 cl, VP carton
17 vol. %, 1.29 franc/pièce

**Berentzen Pomme amère**

N° d'article 11487, 2 cl, VP carton
16 vol. %, 1.10 franc/pièce

**B 52**

N° d'article 11957 3 cl, VP carton
17 vol. %, 1.29 franc/pièce

myfeldschloesschen.ch

Augmentez votre chiffre d'affaires en quelques clics

Allez sur la rubrique «mieux gérer» sur le site myfeldschloesschen.ch pour découvrir d'importantes informations qui vous permettront d'augmenter votre chiffre d'affaires:

- **Gamme:** Vous pouvez gagner jusqu'à 50% de plus avec une bière spéciale. Il vaut donc la peine de consulter notre gamme, car c'est très simple sur myfeldschloesschen.ch.
 - **Matériel publicitaire:** Nous vous soutenons par un grand choix de matériel publicitaire. Vous trouverez sur notre plateforme des posters, des présentoirs, des passeports et des cartes de bière à personnaliser.
 - **Promotions:** Renseignez-vous sur les promotions que nous pouvons vous proposer à l'occasion d'un grand événement sportif ou dans le cadre d'une action sur une marque.
 - **Statistiques:** Vous gardez un aperçu complet sur la gamme et vos commandes. Les graphiques vous offrent une vision d'ensemble.
 - **Affaires:** Vous trouverez toutes les bonnes affaires pour votre commerce.
 - **HITFlash:** Vous trouverez également sur la plateforme les HITFlash avec des offres spéciales.
- myfeldschloesschen.ch

The screenshot shows the website's navigation menu with options like 'E-Shop', 'Services', 'Formation', 'Gérer votre business', 'Coordonner events', and 'Support'. The main content area is titled 'Gérer votre business' and features a question: 'Savez-vous que la marque Felsdschlösschen occupe la 8ème place des marques préférées de Suisse?'. Below this, there are three main sections: 'OPTIMISATION DE L'ASSORTIMENT' (Exploitez au maximum votre assortiment), 'BONNES AFFAIRES' (Trouvez les meilleures bonnes affaires pour votre établissement), and 'MES STATISTIQUES' (Obtenez un aperçu optimal de vos achats). At the bottom, there are links for 'PROMO DONS', 'SUPPORTS PUBLICITAIRES', and 'HITFLASH'.

La rubrique « Gérer votre business » du site Internet myfeldschloesschen.ch convainc par sa clarté.

Michel[®]

Schorle



Le rafraîchissement naturel.
**À commander dès maintenant
chez Feldschlösschen !**



LA BOISSON DU MOIS

Un plaisir doux-amer: le Tonic Sunrise

Ce long drink a la couleur d'un lever du soleil et un goût doux-amer. Le Tonic Sunrise combine parfaitement le caractère unique du Tonic Water avec le goût d'agaves de la tequila.

Parfait pour l'après-ski

Le Tonic Sunrise vous permet d'aller à la rencontre des préférences de nombreux clients. Ce long drink inspiré du légendaire Tequila Sunrise a un grand avenir, surtout dans les établissements après-ski.

Ingrédients

20 cl	Schweppes Indian Tonic Water
5 cl	Tequila
6 cl	Jus d'orange
1 trait	Sirop de grenadine Teisseire, glaçons

Préparation

Placer quelques glaçons dans un verre à long drink et remplir avec de la tequila et du jus d'orange. Y rajouter le Schweppes Indian Tonic Water glacé et bien remuer le tout. Affiner ensuite avec un trait de sirop de grenadine Teisseire.



Queen's Ice Tea désormais disponible en PET

«Queen's Ice Tea» garantit un excellent thé glacé, comme en témoignent les restaurateurs qui proposent cette marque traditionnelle au verre et ne désirent plus s'en passer. Désormais **Queen's Ice Tea** est également disponible dans le pratique emballage PET. Les bouteilles à 1,5 litre sont livrées soit en **caisses de six bouteilles** soit en **FOP**. Parfait pour la vente en magasin, pour les fêtes et les livraisons à domicile.



Commander maintenant!

1.74 CHF

la bouteille

Que IceT Lemon
Art. 11699
PET caisse 6 x 150cl

www.myfeldschloesschen.ch

Commander maintenant!

1.74 CHF

la bouteille

Que IceT Lemon
Art. 11702
PET Fop 6 x 150cl

www.myfeldschloesschen.ch

Amandes gourmandes

Les amandes vont très bien avec la bière

Dans la restauration, les amandes apparaissent comme un plaisir sain à grignoter et un ingrédient intéressant à la cuisine.

En tant que snack ou pour affiner les mets sucrés ou salés ou encore pour accompagner une bière fraîchement tirée: dans la restauration, les amandes offrent de nombreuses possibilités d'utilisation. La Mandelgenuss AG à Zurich achète ses amandes dans des entreprises familiales en Californie et les transforme en Suisse. Elle a plus de 20 ans d'expérience en la matière et propose aux restaura-

teurs une gamme intéressante de produits:

- amandes naturelles
- amandes grillées
- amandes épicées
- amandes effilées et moulues
- biscuits aux amandes

Envie d'une autre bière

Les amandes contiennent des sels minéraux et oligo-éléments précieux ainsi que des vitamines et sont donc une gourmandise saine. Et vous constaterez avec plaisir que, tout en se régaland, vos clients auront bientôt envie de déguster une autre bière.

www.mandelgenuss.ch



mandelgenuss ag

Un régal de tradition.

50 Ans
Biber d'Appenzell
 Le compagnon idéal, où que vous alliez.
 50 prix d'exception à gagner!

STOCKLI
 edelweiss

bischofberger

1664 BLANC

LE GOÛT À LA FRANÇAISE

À commander sur myfeldschloesschen.ch

Orangina

La boisson culte à la pulpe va booster votre établissement

À partir de 2014 Feldschlösschen va promouvoir activement Orangina auprès des restaurants, ce qui sensibilisera vos clients pour cette marque.

Dès début 2014, Feldschlösschen sera le distributeur officiel d'Orangina en Suisse. Tous les restaurateurs vont en profiter, car les mesures prévues vont vous

aider à obtenir de plus grandes parts de marché et à augmenter la consommation de cette boisson nationale sans alcool des Français.

Légèrement pétillant

Depuis 1936, Orangina véhicule un goût unique aux allures méditerranéennes. Orangina est naturel et légèrement pétillant. Sa teneur en jus de fruit de 12% et sa pulpe affinent son goût pétillant, rafraîchissant et unique. Un savant mélange de différents agrumes contenant entre autre du citron, de la mandarine et du pamplemousse donne à Orangina son caractère particu-



Une publicité culte pour une boisson culte.

lier. Cette boisson de grande qualité ne contient aucun colorant additionnel et participera dignement au rayonnement de votre établissement.

Également disponible en bouteille PET

Orangina est également dis-

ponible en bouteille PET de 33 cl qui garde bien entendu sa forme ronde cultissime. Elle s'apprête ainsi parfaitement pour une consommation à emporter, pour les établissements de piscines ou de randonnées par exemple.

Commander maintenant!

1.10 CHF

la bouteille

Orangina
Art. 11899
25 cl VC verre

www.myfeldschloesschen.ch

Commander maintenant!

1.94 CHF

la bouteille

Orangina
Art. 11901
100 cl VC verre

www.myfeldschloesschen.ch

Commander maintenant!

1.19 CHF

la bouteille

Orangina
Art. 11955
33 cl PET

www.myfeldschloesschen.ch

Dr Pepper est maintenant également disponible chez Feldschlösschen

Feldschlösschen vient de conclure un partenariat conséquent avec «Orangina Schweppes International». Comme pour Orangina, nous assumerons à partir du 1^{er} janvier 2014 la responsabilité de la marque Dr Pepper en Suisse. Dr Pepper contient

de la caféine et passe pour «la boisson la plus originale de tous les temps».

Style de vie américain

Ce soft ne peut manquer en aucun cas dans un établissement proposant des spécialités américaines. Dr Pep-

per est disponible en bouteille PET de 50 cl et en cannettes de 33 cl.

Vous pouvez commander Orangina et Dr Pepper auprès de Feldschlösschen à des conditions intéressantes.



Reflète le style de vie américain.

myfeldschloesschen.ch

Les grandes tendances mondiales et la restauration suisse

Un Oui aux grandes tables communes et aux petits magasins

Notre monde digitalisé et globalisé change à une vitesse hallucinante, et cela influence de nombreux aspects de nos vies, comme la restauration. Lors du cercle des gastrosophes, les restaurateurs se sont penchés sur leur avenir. Katharina Kiéck a saisi l'occa-

sion pour leur présenter les neuf grandes tendances de l'avenir. Son agence «Sturm und Drang» fait de la recherche sur l'innovation stratégique et se penche tout particulièrement sur les effets des grandes tendances globales sur la société et la restauration.

GRANDE TENDANCE N°1: NUMÉRISATION

La grande tendance: omniprésente dans notre quotidien, la numérisation change radicalement notre mode de vie. Les réseaux sociaux ont créé de nouvelles voies de communication, tout devient accessible grâce aux clouds et les machines communiquent entre-elles.

Ce que cela signifie pour la restauration: grâce aux possibilités liées au progrès technologique, il est possible d'élargir virtuellement l'établissement. Par exemple, une puce reliée à une bouteille de bière qui crée un lien sur un réseau social entre les clients qui trinquent. Si «j'aime» un établissement sur Facebook, je vais recevoir une réduction sur une boisson. Ou encore, plus on boit de bière, plus la «Happy Hour» se prolonge.

GRANDE TENDANCE N°2: LES FRONTIÈRES MASCULIN –FÉMININ S'ESTOMPENT

La grande tendance: les rôles traditionnels entre hommes et femmes changent: tandis que les femmes revendiquent des positions de direction, les hommes réclament leur droit de passer du temps avec leur famille. Le monde se féminise toujours plus; l'intuition, l'émotion et l'empathie prennent le dessus.

Ce que cela signifie pour la restauration: déguster un prosecco ou une Eve avec une copine tout en profitant d'une manucure? Avec des services en plus, le restaurant devient une oasis précieuse. Et si le monde se féminise, il en va de même pour l'homme moderne: le matin, il rencontre ses amis chez le barbier pendant que les enfants sont à l'école.

GRANDE TENDANCE N°3: GLOBALISATION

La grande tendance: les économies traditionnelles se retrouvent sous pression, tandis que les pays émergents deviennent des puissances économiques. La globalisation fait que la nationalité perd en importance tandis que les régions, le continent et l'espace économique gagnent en influence. Cela change notre sentiment d'appartenance et crée des besoins de différenciation régionale et culturelle.

Ce que cela signifie pour la restauration: on apprécie plus les produits locaux que l'on vendra aussi au restaurant. Production et consommation se mêlent, les établissements proposent plus que des mets cuisinés et intègrent un petit magasin ou une boulangerie. Le client sera amené vers une expérience des sens.

Le cercle des gastrosophes de Feldschlösschen

Ce cercle rassemble périodiquement des clients de choix de Feldschlösschen qui aiment prendre du recul et philosopher sur la restauration. Grâce à Ivo Frey (Group Channel Acti-

vation Manager), le cercle était invité cette année au restaurant zurichois du gastrosophe Markus Segmüller. Dans ces lieux, qui étaient d'anciennes écuries, Katharina Kiéck de

l'agence «Sturm und Drang» a tenu son exposé, et on a vite remarqué que Markus Segmüller a déjà appliqué de nombreuses règles liées aux changements sociétaux

dans son établissement. D'autres idées ont été développées ensuite dans les ateliers.

www.adlisberg.ch



Katharina Kiéck (à gauche) et les gastrosophes en plein atelier.



L'hôte Ivo Frei sensibilise les gastrosophes aux grandes tendances.



GRANDE TENDANCE N°4: ÉCOLOGIE

La grande tendance: l'écologie et le développement durable gagnent en importance, mais rien à voir avec la vieille image de l'écolo. L'homme moderne veut s'amuser et mise pour cela sur les nouvelles technologies.

Ce que cela signifie pour la restauration: ce qui était déchet devient du coup objet de collection, tandis que les éco-emballages sont utilisés comme gadgets esthétiques. On peut s'imaginer que si le client apporte ses déchets organiques au resto, il reçoive une réduction. On fait plus attention à l'aspect santé en choisissant plats et boissons.

GRANDE TENDANCE N°5: NOUVEL ÂGE

La grande tendance: on devient de plus en plus âgés. Les retraités ne sont plus une minorité négligeable, mais un «quatrième âge» plein de style, de savoir et de capital.

Ce que cela signifie pour la restauration: ces retraités très en forme sont des clients importants – même pour les soirées et l'événementiel. Les tendances retro sont partout et les fêtes pour les plus âgés ont la cote aussi chez les jeunes.



Boulangerie et grande table dans le «Loft Five» à Zurich

Le restaurateur zurichois Markus Segmüller a déjà appliqué de nombreuses découvertes issues des grandes tendances dans les nouveaux locaux du «Loft Five».

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.

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





Les gastroso- phes assistent à la présenta- tion des grandes tendances.

GRANDE TENDANCE N°6: URBANISATION

La grande tendance: dans l'ère des mégapoles, où plus d'un quart de la population mondiale vit en ville, la structure sociale s'effrite, de nouvelles communautés se créent, et on partage au lieu de posséder. La société devient plus anonyme, mais une nostalgie de communauté nous gagne.

Ce que cela signifie pour la restauration: la table communautaire remplace le séparé. Les restaurants essaient de recréer une ambiance de chez-soi et d'appartenance, et font entrer la nature en ville.

GRANDE TENDANCE N°7: UNE SOCIÉTÉ DE LOISIRS

La grande tendance: aujourd'hui, on est quelqu'un par son expérience et son vécu – et plus par son statut ou par ce qu'on possède. Acheter et consommer perd en importance.

Ce que cela signifie pour la restauration: des nouvelles combinaisons voient le jour, par exemple le whisky gazéifié. Des «effets cachés» dans les denrées vont stimuler tous nos sens, comme par exemple des glaçons parfumés qui changent le goût d'une boisson ou des glaçons avec

shot intégré. On verra aussi plus d'effets spéciaux et de feu utilisés.

GRANDE TENDANCE N°8: NOUVEAU BIEN-ÊTRE

La grande tendance: bien-être et santé deviendront un style de vie. Des applications mobiles veilleront sur notre santé et sur un bon équilibre travail-vie. La clé du succès s'appellera «énergie de vie».

Ce que cela signifie pour la restauration: la personne est prise en charge globalement. La délectation et la santé vont de pair. L'apéro sera combiné avec le sport, et les restaurateurs offriront un ticket de transports publics aux clients qui ont bu trois bières.

GRANDE TENDANCE N°9: NOUVEAU MONDE DU TRAVAIL

La grande tendance: les données deviennent le capital des élites. Le réseautage et la créativité gagnent en importance alors que les systèmes hiérarchiques en perdent.

Ce que cela signifie pour la restauration: le café devient lieu de travail, et ce dernier devient lieu d'accueil. Les «nomades de ville» recherchent l'intimité, veulent être connectés mais libres. Peut-être aurons-nous un jour des bières capables de capter un réseau WIFI. L'établissement devient un lieu créatif qui se définit aussi par ses clients.

Les restaurateurs devraient s'interroger:

«Qu'est-ce qui change dans la vie de mes clients ?»

Dans son interview avec SOIF, Katharina Kiéck de l'agence «Sturm und Drang» nous dit: «Les exigences envers les restaurateurs changent.»

Que peuvent tirer les restaurateurs suisses des grandes tendances?

Ils devraient se demander: «Comment les tendances mondiales modifient-elles les exigences de mes clients? Qu'est-ce qui va changer dans leur vie?» Le style de vie devient de plus en plus dynamique. Aujourd'hui, les gens ne vivent plus pendant 70 ans dans le même village et ne restent plus pendant 40 ans

chez le même employeur. Les exigences envers la restauration changent donc aussi. Et comme les cycles de technologie se raccourcissent, les changements s'opèrent toujours plus vite.

Quelle grande tendance est primordiale?

Elles interagissent, avec la numérisation comme dénominateur commun. Cette dernière a des effets sur

toutes les autres grandes tendances.

Les gens veulent être connectés, mais aussi pouvoir lâcher prise. Toutes les tendances ont donc leur contraire?

En fait, les contre-tendances sont comprises dans les tendances. Au restaurant par exemple, le client veut la Wifi, mais il veut aussi sa tranquillité.



Katharina Kiéck de «Sturm und Drang».

*Pour des fêtes
pétillantes*

Bien sûr avec Eve



*Commandez
maintenant!*



It's a Lady Thing.

Le «Loft Five» à Zurich

Un concept de restauration moderne



Le restaurateur du «Loft Five», Markus Segmüller.

Markus Segmüller a ouvert le «Loft Five» dans le nouveau quartier «in» en plein centre de Zurich. Ce client de Feldschlösschen n'a pas manqué d'honorer les nouvelles exigences des clients en matière de restauration.

L'Europaallee à Zurich est certainement le coin le plus «in» de toute la Suisse. Au «Loft Five», les gens dans le vent auront l'impression de pouvoir «lâcher prise»: autour d'une énorme table en bois, ils apprécieront le côté naturel et chaleureux de l'établissement, ses accessoires chics et sa boulangerie traditionnelle. Markus Segmüller a tout compris sur les grandes tendances du jour.



Un concept rétro et beaucoup de bois: voici comment on crée l'ambiance au «Loft Five».



Prise de vue de la boulangerie, ouverte déjà tôt le matin.



La grande table en bois, point de rencontre.



Ici, on se sent chez soi.



Une grande attention a été prêtée aux détails.



Du romarin en pleine ville.

Rendez-vous à Lucerne

Le gratin de la Suisse-centrale et les rateurs se retrouvent au Grand Hôtel National

Lorsque les journées se raccourcissent, le gratin de la Suisse-centrale et les restaurateurs se retrouvent à Lucerne au «Martini-Höck». La soirée dans l'élégant Grand Hôtel National fut animée par des discussions intéressantes.

À côté du cycliste professionnel Martin Elmiger et de nombreux politiciens de la région, il y avait aussi un grand nombre de restaurateurs – clients de Feldschlösschen – parmi les 300 invités de cette soirée.



Markus Wicki (du Hirschen à Oberkirch) avec Simone et Walter Dätwyler (Insider).

Le «Martini-Höck» est devenu une des manifestations VIP les plus populaires en Suisse centrale. Les clients ont dégusté les nombreuses bières proposées au cours de la soirée et ont discuté à bâtons rompus de tout, de rien et de la restauration suisse.



Erich et Silvia Thoma (BSV Stans).



L'imposant attelage à quatre chevaux de Feldschlösschen a fait aussi son apparition.



Olivier Portmann (kukui) et Thomas Amstutz, (PDG de Feldschlösschen).



Philippe Hausheer (Park Hotel Weggis) et Robi Weinhold (Arte Bar Weggis).



Le PDG de Feldschlösschen Thomas Amstutz.



Tout juste tirée du fût et apportée par l'attelage à quatre chevaux: la bière fait partie intégrante de cette soirée.



Margrith et Richard Engel (zum Weissen Kreuz à Abtwil) avec Urs Löpfe et Dominique Bréchôt (tous deux Sales Manager chez Feldschlösschen).



Le cycliste professionnel Martin Elmiger avec Rolf Schaller (à gauche).

restauration National



z s'adresse à un public joyeux.



Martin Elmiger en discussion
(ne).



Beat Schlatter (au milieu), président du conseil d'administration avec Thomas Amstutz (à gauche) et Sandro Hofmann (tous deux Feldschlösschen).

Hürlimann Bier AG

Les hommes boivent pour les hommes et une bonne cause

Beat Schlatter, président du conseil d'administration, acteur et comédien, a dirigé la première assemblée générale de Hürlimann Bier AG. Grâce au fonds «les hommes boivent pour les hommes», quatre projets d'hommes ont pu être promus.

Beat Schlatter a présidé l'assemblée au Volkshaus à Zurich, aux côtés de Thomas Amstutz, PDG de Feldschlösschen et Sandro Hoffmann, New Business & Area Sales Director. Il a fait preuve de beaucoup de charme en présentant les quatre projets d'hommes qui ont bénéficié du fonds «centime Hürlimann» à raison d'un montant total de 25000 francs: une course de ski de fond dans la vieille ville de Zurich, une production de théâtre Dada, une campagne d'information et un homme en détresse.

Beat Schlatter satisfait

9707780 bières Hürlimann ont été vendues durant

cette année. 97077.80 francs ont donc été versés au fonds. Beat Schlatter s'est déclaré très satisfait de cette somme.

Le fonds est alimenté

Près de 50000 francs restent dans le fonds, et un centime continuera à être versé pour chaque bière Hürlimann vendue. Une somme rondelette pourra ainsi être répartie sur d'autres projets pour hommes. Beat Schlatter a appelé les personnes présentes à soutenir activement le fonds. Et nous sommes certains qu'il ne manquera pas de donner le bon exemple...

www.huerlimann.rappen.ch



Santé et merci: le président Beat Schlatter a dirigé la première assemblée générale.

**COMMANDER
MAINTENANT!**
myfeldschloessen.ch



Zeit für das Besondere.



Christian Erpenbeck et Arist Häfelin.

Une bière avec...

**CHRISTIAN ERPENBECK,
HOTEL SILVRETTA, KLOSTERS**

**Arist Häfelin (Sales Manager):
Monsieur Erpenbeck, vous optez
pour les livraisons neutres en CO₂.
Vos hôtes apprécient-ils cela?**

Christian Erpenbeck: Oui, je constate une prise de conscience environnementale surtout parmi les plus jeunes. Ils sont très attentifs au développement durable de l'hôtellerie. Nous avons affiché notre certificat CO₂ de Feldschlösschen près de la réception. Je trouve génial que Feldschlösschen assume un

rôle pionnier dans ce domaine. Les livraisons neutres en CO₂ correspondent parfaitement à notre stratégie.

Éclaircissez-nous.

Je suis persuadé qu'une pratique respectueuse de l'environnement est un impératif de notre époque et d'ailleurs de plus en plus appréciée par les touristes. Je suis sûr que cela ne tardera pas de se rentabiliser pour les hôteliers sur le plan financier. Pour ma part, je projette de proposer des vacances neutres en CO₂ dans notre maison. J'apprécie les suggestions de Feldschlösschen dans le cadre de nos échanges en matière de logistique.

Qu'est-ce qui explique votre enthousiasme lorsque notre camion électrique de 18 tonnes est arrivé chez vous à Klosters?

Cette force, cette accélération et surtout cette portée! Le camion électrique de Feldschlösschen est un miracle technique. De telles innovations permettent de durablement protéger notre environnement.

Il paraît que vous appliquez également cette manière novatrice de penser lorsqu'il s'agit de chauffer votre hôtel?

Mon but serait d'exploiter l'eau de 17 à 19 °C, qui s'écoule depuis des années du tunnel de la Vereina, pour chauffer notre hôtel et d'autres immeubles à Klosters. Avec mon père, nous avons mandaté un bureau d'ingénieurs pour développer un projet et avancer un pas de plus vers la réalisation de mon rêve: vacances neutres en CO₂.

www.silvretta.ch

**VISION DE VACANCES
NEUTRES EN ÉMISSIONS CO₂**

Christian Erpenbeck bénéficie de la livraison neutre en CO₂ par Feldschlösschen. Lors d'une visite de son Sales Manager, Arist Häfelin, ce gérant de l'hôtel Silvretta à Klosters explique en quoi cela correspond à son concept environnemental.

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



LES NOUVEAUX FORD **TRANSIT**



Go Further

FAIS LA FÊTE TOUT
L'HIVER AVEC CARLSBERG!

Carlsberg®
PARTY UP THERE

VERBIER+
ST-BERNARD

Arosa Lenzerheide

ADELBODEN
Ski World Cup 2014



COMMANDE
UNE CARLSBERG
MAINTENANT!



TANJA LA CROIX

That calls for a Carlsberg®

Consommer
avec modération.



Concours

Tickets pour le slalom à Adelboden

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

1. Comment s'appelle la boisson gazeuse française servie dans les fameuses bouteilles rondes?

R Himberino

T Orangina

L Apfelone

2. D'après les spécialistes, comment évoluera la société ces prochaines années?

R Elle va devenir plus féminine

O Elle va devenir plus masculine

C Elle ne changera pas

3. Comment s'appelle le cercle que les clients de Feldschlösschen utilisent pour échanger régulièrement?

E Le cercle des gastrosophes

K La couronne des aubergistes

G Le club des restaurateurs

4. Quel est l'attribut qui caractérise la Zwickelbier?

M Sans houblon

S Sans alcool

N Non filtrée

5. Comment s'appelle la boisson alcoolisée servie dans de petits verres qu'on boit d'une traite?

C Gulp

D Shot

U Arrow

La solution est:

--	--	--	--	--



Le Suisse Marc Gini au Chuenisbärgli à Adelboden en 2013.

La Coupe du monde des cracks du ski au Chuenisbärgli à Adelboden

Le samedi 11 janvier aura lieu le slalom géant, le dimanche 12 janvier le slalom: le week-end de la Coupe du monde à Adelboden garantit un spectacle de première classe.

SOIF tire au sort 2x2 billets pour le dimanche. Il s'agit de billets spéciaux «tente Club/tribune», qui donnent droit à l'entrée à la tente Club où seront servis gratuitement en-cas, boissons et un apéro d'initiation à midi.

Trouvez la solution du quizz à cette page et avec un peu de chance vous serez à l'arrivée pour accueillir les cracks du ski.

www.weltcup-adelboden.ch

Les gagnants du concours SOIF de novembre 2013

Ont gagné une bouteille chacun de la bière spéciale «Theophil Vintage II»: Clara Hallenbarter-Imoberdorf (Obergesteln), Elisabeth Ganz (Bienne), Heidi Vögele (Leibstadt), Ivo Damann (Magden), Christof Burki (Näfels), Matthia Scherer (Wengi bei Büren), Benjamin Wassmer (Coire), Patrick Marc Hölterhoff (Goldach), Markus Altenburger (Jona), Else Lennherr-Mueller (Triesen), Davide Pisoni (Losone), Michel Lemmens (Scharnachtal), Myriam Schlup (Langenthal), Johann Schwer (Winterthur), Herbert Kapun (Hinterkappelen), Bruno Matteo (Rodi-Fiesso), Katja Täschler (Berthoud), Kallista Nanchen (Chamoson), Christine Grau (Bâle), Beatrice Attinger (Horgen).

Toutes nos félicitations!

Comment participer

Envoyez la solution et vos données de contact par fax au **058 123 42 80** ou par courriel à durst@fgg.ch. Avec un peu de chance vous gagnerez deux billets pour la tente Club et la tribune pour la Coupe du monde de Chuenisbärgli à Adelboden.

Date limite d'envoi: le 3 janvier 2014

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».





.....
AU-DELÀ DE NOS FRONTIÈRES

Taillé dans la glace, avec une ambiance asiatique

Entrez un voyage culinaire à travers l'Extrême-Orient mais entouré de blocs de glace: cette alliance du chaud et du froid fait depuis sept ans le succès de l'«IndoChine Waterfront und Restaurant» situé sur les berges de l'Elbe à Hambourg.

Avec son appellation qui nous plonge dans le passé, l'«IndoChine» nous invite à un voyage culinaire et visuel à travers le Laos, le Cambodge et le Vietnam. En fort contraste avec l'ambiance asiatique tropicale, le Belvedere Ice Bar, ouvert pendant toute l'année, est une véritable attraction: le premier et unique bar taillé dans la glace de toute l'Allemagne.

42 tonnes de glace

En 2006, on a apporté plus de 300 blocs de glace pesant au total 42 tonnes. Dans une pièce de 90 m², la glace a été modelée pour former les éléments classiques d'un bar: des colonnes en filigrane, des tables, et des sculptures à l'allure asiatique. Depuis, ça marche du tonnerre, en été comme en hiver.

Des doudounes pour les clients

Les clients accèdent par un sas dans ce bar glacé très en vogue, et peuvent revêtir une des doudounes mises à disposition par l'établissement; car dans le bar règne une température de -5 °C, afin que l'intérieur ne fonde pas.

Des créations glacées à la vodka

Grâce à un jeu de lumières, l'ambiance du bar est fascinante et colorée. De la musique «Lounge» berce les visiteurs, tandis que l'équipe du bar sert diverses créations Belve-



Le bar de glace est la principale attraction de l'«IndoChine» à Hambourg.



La vue sur l'Elbe est parfaite.



L'«IndoChine» vu depuis l'extérieur.

dere à la vodka glacée. Depuis sept ans, ce concept d'un bar urbain tout de glace ouvert toute l'année rencontre un vif succès. Bien qu'habitué à un

nombre croissant d'établissements qui sortent de l'ordinaire, les Hambourgeois restent enthousiastes pour ce bar. Que ce soit après un bon repas

dans le restaurant (chauffé) ou en prenant un verre glacé dans le bar de glace de l'«IndoChine».

www.indochine.de

Sans bâtons mais avec la Bügel!

Commandez
maintenant!



Consommer
avec modération.



FELDSCHLÖSSCHEN RASSEMBLE

L'hôtel-restaurant Martinshof à Zuchwil

Après la visite de la brasserie, un repas de Noël à Rheinfelden

Un repas de Noël entièrement réussi: l'équipe du «Martinshof» à Zuchwil a d'abord visité la plus grande brasserie de Suisse puis s'est laissée choyer au restaurant Feldschlösschen.



Shooting à la plus belle salle de brasserie de Suisse.



L'équipe du «Martinshof» se fait expliquer les ingrédients de la bière.

À l'occasion du repas de Noël, le couple de restaurateurs Denise et Stefan Reinhard de l'hôtel-restaurant Martinshof à Zuchwil voulait offrir quelque chose de particulier à ses employés. Sur le conseil du Sales Manager Ramon Schärer, ils se sont décidés à faire une excursion à Rheinfelden chez Feldschlösschen. Après la visite de la brasserie, l'équipe de 16 personnes s'est laissée choyer au restaurant Feldschlösschen. Stefan Reinhard dit: «Nous avons passé une superbe soirée. Nous avons d'abord beaucoup appris sur la bière, que nous vendons d'ailleurs tous les jours. Puis nous avons fait la fête.»

www.martinshof.ch



Stefan Reinhard (à gauche) du Martinshof et le Sales Manager Ramon Schärer trinquent au repas de Noël.

On-Trade Academy

Remise des diplômes On-Trade Academy à Lausanne

22 clients de Feldschlösschen venant de Suisse allemande et romande ont terminé avec succès l'On-Trade Academy 2013 et se sont retrouvés pour recevoir leur diplôme à l'Ecole hôtelière de Lausanne. Si vous êtes aussi intéressé par une passionnante formation continue pratique de neuf jours, adressez-vous à votre Sales Manager.



Les diplômées et diplômés On-Trade Academy 2013 avec la direction du cours.

Le problème du bruit

Le succès par des solutions créatives

Pour faire face aux plaintes à cause du bruit, Chris Rosser, gérant du «Alpha Thun», a développé une lumière qui se met à clignoter lorsque ses clients sont trop bruyants. Cette alarme n'a presque rien coûté et est efficace. Mais l'«Alpha Thun» est créatif aussi dans d'autres domaines.

Lorsque Chris Rosser a repris l'«Alpha Thun» il y a trois ans avec un ami, il a commencé par acheter des meubles de lounge pour rendre la terrasse plus attrayante. Avec succès, car l'extérieur est bientôt devenu un point de rencontre apprécié, tant en été qu'en hiver, quand une cheminée réchauffe les clients. Mais l'augmentation du nombre de clients à l'extérieur a naturellement causé du bruit, et les voisins ont commencé à se plaindre. L'équipe de l'Alpha tenta de sensibiliser les clients au moyen de panneaux et distribua des bons pour des desserts aux voisins, mais ça n'a pas calmé la situation à long terme. «Nous nous sommes informés et avons découvert que dans les zones d'habitation et

commerciales, 54 décibels sont admis, explique Rosser. «Nous sommes donc arrivés à l'idée parallèle de mesurer le bruit.»

L'alarme ne clignote que rarement

Depuis, on a installé une «colonne de la tolérance bruit» sur la terrasse de l'Alpha: un clignoteur maison d'une valeur de 300 francs qui s'illumine lorsque le bruit atteint le seuil de tolérance. Cela s'est produit au maximum trois fois depuis le mois d'août. «En effet, nous n'avons pas de problèmes, à part quand nos clients ont un fou rire ou applaudissent», explique le gérant. Et l'idée créative a été bien reçue, tant par les clients que par les voisins. «Cela a éveillé l'intérêt des clients, et les a donc sen-



Chris Rosser (en haut à droite) avec son équipe, tous des leaders en cuisine et dans le service.

L'ALPHA ET L'OMÉGA CONTRE LES PROBLÈMES DU BRUIT

- Prendre le taureau par les cornes et réunir tout le monde autour d'une table.
- Inviter les voisins, car ceux qui s'y identifient auront plus de compréhension.
- Si la discussion n'amène rien, avoir un as dans la manche.
- Ne pas se laisser faire, mais rechercher activement une solution gagnant-gagnant pour tous.

www.alpha-thun.ch



La colonne de tolérance est bien acceptée des clients et des voisins.

sibilisés au thème du bruit; en même temps, nous montrons aussi aux voisins que nous les prenons au sérieux, tout en restant vigilants envers nos droits.»

Le succès par l'innovation

La colonne de tolérance n'est qu'un des nombreux exemples d'originalité et d'innovation dont fait preuve l'«Alpha Thun». Un autre exemple: dans ce restaurant il n'y a pas deux chaises pareilles, et chacune est munie d'une étiquette qui raconte son histoire. C'est aussi plutôt non conventionnel que le restaurant n'ouvre qu'à

11 h 30. «Au début cela nous a certainement fait perdre quelques clients, mais ce n'est pas notre tâche d'offrir un service public», fait valoir Rosser. Ce «jeune loup de la restauration» préfère faire découvrir la Suisse dans l'assiette et le verre, avec l'aide de son équipe de 30 collaborateurs, tous «alpha» sur les bords... L'«Alpha Thun» crée l'événement en organisant des soirées à thèmes. Par exemple les très appréciées «soirées apprentis» lors desquelles des apprentis préparent un menu à trois plats et les clients sont libres de payer ce qu'ils estiment juste. À ces occasions, 50% des recettes vont dans la caisse des apprentis. Rosser est convaincu qu'«au lieu de se plaindre, les restaurateurs devraient prendre le temps d'être innovants». Ou selon son «Alpha-sophie»: «Les leaders ne sont jamais ordinaires, mais ont une longueur d'avance sur les autres.»

Restaurant zum Schiefen Eck, Bâle Vieillir avec son bar préféré

Le restaurant zum Schiefen Eck à Bâle est un bistrot dans le sens propre du terme, déclare Bernhard Thommen. Avec ses frères, il est le propriétaire de la Vorest AG, qui collabore avec Feldschlösschen depuis 30 ans et gère, outre d'autres locaux, le «Schiefes Eck».

L'établissement en question est une institution à Bâle depuis 70 ans, ouvert 365 jours par an de 6 h du matin à 2 h du matin. «Un grand nombre de nos clients sont des habitués fidèles depuis des décennies et vieillissent avec leur bar préféré», poursuit Bernhard Thommen.



«Schiefes Eck». Petite photo: Bernhard Thommen (à gauche) et Wendelin Mahrer.

ront avec leur bar préféré», poursuit Bernhard Thommen.

Désormais avec Feldschlösschen

Il y a eu deux changements importants au «Schiefes Eck» en 2013:

- Après 30 ans, la septuagénaire Rosa Saxer a cédé la gérance à Wendelin Mahrer,

mais elle reste encore et toujours la bonne âme de la maison.

- Depuis le 1^{er} octobre, Cardinal a été remplacé par la bière Feldschlösschen. «Nos clients sont très contents de ce changement, car, pour nous autres Bâlois, la Feldschlösschen est bien sûr une bière bâloise», précise Bernhard Thommen.

Restaurant Pöstli à Bellwald Un anniversaire à la valaisanne

Sur des notes de musique valaisanne, jouée par Hansrüedi Zbinden, Christian Bittel a célébré en compagnie de sa fidèle clientèle le 30^e anniversaire de son restaurant, le «Pöstli».

«Pöstli». Ce local aux allures très suisses est une valeur sûre pour les touristes et les habitants du coin. Depuis que Christian Bittel en est le gérant, on sert de la bière Feldschlösschen, car «c'est la meilleure, parole de Valaisan».

Feldschlösschen pour toujours

Le restaurateur a marqué les trois décennies du «Pöstli» à Bellwald: il a dirigé l'établissement entre 1994 et 1999, a fait un passage à l'hôtel du skieur Daniel Albrecht à Fiesch ainsi que dans un bar à neige avant de retourner il y a six ans au



Christian Bittel et son petit local à Bellwald.



Moderne et bourgeois: l'Olympic Lounge.

Olympic Lounge, Zurich Nouveau local pour les habitués

Vladimir Stojanovic a déménagé son Olympic Lounge à l'intérieur du même quartier de Zurich. Désormais, le local est deux fois plus grand, classe et moderne.

Le restaurateur se réjouit de ce que la majorité de ses clients l'aient suivi dans son nouveau local pour déguster leur bière en fin de journée. Quand il s'est mis à son compte il y a sept ans, Vladimir Stojanovic a choisi de devenir client de Feldschlösschen. Dans son Olympic Lounge il mise sur le nouveau système modulaire de bière pression (voir page 29).

La bière se conserve bien

Vladimir Stojanovic: «La bière garde sa fraîcheur pendant très longtemps. Mes clients et moi raffolons de Grimbergen Blanche et Carlsberg Elephant, qui est une bière forte. Carlsberg est bien entendu la bière préférée.»

www.olympiclounge.ch





COMMANDEZ
MAINTENANT!

1128
+ GRIMBERGEN +
ABDIJBIE - BIÈRE D'ABBAYE

Avni Jasiqi du Coconut Bar à Dübendorf

«J'aime le nouveau système et mes clients apprécient les trois bières»

Avni Jasiqi, le nouveau gérant du Music & Dance bar Coconut à Dübendorf, a misé directement sur le système modulable de bière pression Draught Master. Voici les raisons qu'il évoque.

Au printemps dernier, Avni Jasiqi a réalisé son rêve en se mettant à son compte dans la restauration. Le nouveau propriétaire du Music & Dance bar Coconut est un des premiers restaurateurs suisses à avoir choisi le système modulable de bière pression Draught Master du groupe Carlsberg.

De la bière fraîche à faible coût

«J'ai choisi le partenariat avec Feldschlösschen pour les offres intéressantes et la qualité des produits, à l'instar du nouveau système de bière pression», souligne Avni Jasiqi en mentionnant deux des avantages du nouveau système (cf. article ci-dessous): «J'ai

toujours de la bière fraîche tout en économisant.»

Gamme exclusive

En choisissant ce système, vous offrez une gamme exclusive de bières à vos clients qui comprend:

- **Carlsberg**, la bière blonde Premium internationale du Danemark
- **Carlsberg Elephant**, une bière forte avec 7,2% de volume d'alcool
- **Grimbergen Blanche**, la bière blanche belge au goût unique

«De nombreux fans»

«Ces trois bières pression sont parfaites pour le Coconut Bar», affirme Avni Jasiqi. La majorité des clients choisit la Carlsberg, même si les deux autres



bières ont déjà leurs «aficionados».

Pub facile et utile

Avni Jasiqi a affiché dans tout son bar le matériel publicitaire de ces trois bières pression, fourni par Feldschlösschen. Il utilise par ailleurs les cartes des bières et des vins de Feldschlösschen.

www.coconut.ch



Avni Jasiqi sert une Carlsberg (en haut) et trinque à la santé de ce partenariat avec le Sales Manager de Feldschlösschen, Claudio Balestra (en bas).



Ci-dessus: fût en PET du nouveau système.



Ci-contre: avec ces bières pression vous offrez quelque chose d'exclusif à vos clients.

Augmentez vos profits avec le nouveau système modulable Draught Master

Ce nouveau système de bière pression est une innovation brevetée du groupe Carlsberg. Il est disponible pour la bière blonde de Carlsberg, la bière forte Carlsberg Elephant et la bière belge Grimbergen Blanche. Ces trois bières vous aident à vous différencier de la concurrence auprès de votre clientèle.

Quel gain de temps et d'argent avec ce système! Vos avantages en tant que restaurateur:

- après mise en perce, la bière **se conserve pendant 31 jours** au lieu de 5 à 7 jours avec les systèmes traditionnels
- un système de pression performant jusqu'à la dernière goutte et qui **limite les pertes**
- les fûts en plastique PET ont déjà été mis sous pression et n'ont pas besoin de CO₂: cela signifie des **économies en charges et en frais de dépôt** (les économies en gaz d'entraînement à elles

seules représentent déjà 520 CHF par an pour 80 hectolitres de bière pression

- grâce au **nettoyage semi-automatique** vous économisez encore 570 CHF par an.
- **Fûts recyclables**: les fûts en PET à usage unique sont légers, recyclables et simples à éliminer.
- Vous trouverez plus d'informations sur myfeldschlösschen.ch, ou alors vous pouvez vous adresser à votre Sales Manager.

Nouvelles expériences

De jeunes chefs sortent le «Bären» du lot

Jusqu'aujourd'hui, le «Bären» à Bätterkinden excellait surtout dans la cuisine traditionnelle méditerranéenne. Dorénavant, Carlo Strebel laisse

carte blanche à ses deux jeunes chefs qui créent des menus «uniques» qui sortent de l'ordinaire et qui se basent parfois sur la bière Feldschlösschen.

Coquilles Saint Jacques avec mousse de bière et chou-fleur en trois variantes



Entrée pour 4 personnes

Ingrédients

8	coquilles Saint Jacques
2	choux fleurs
50 g	de beurre
2dl	de Feldschlösschen Original
3	gousses d'ail
15 g	de sel
5 g	de noix de muscade
Une pincée	de poivre de Tasmanie
2	échalotes
100 g	de crème liquide
8 cuillères	d'huile d'olive seneoProAIR
2 dl	de fond de légumes

Préparation

Enduire les coquilles Saint Jacques d'un peu de beurre et de sel et mettre entièrement sous vide, puis faire cuire pendant 8 minutes à environ 48 degrés dans un bassin sous vide. Faire revenir dans un peu d'huile d'olive avec une gousse d'ail avant de les servir. Parer le chou-fleur et mixer finement une moitié. Assaisonner avec un peu de beurre, d'ail, de sel, de poivre et un soupçon de bière. Séparer l'autre moitié en rosettes et faire cuire à l'eau salée avant de faire sauter avec un peu d'eau salée et de beurre, puis assaisonner de sel et de poivre. Tailler finement une partie de chou-fleur et faire sauter dans la poêle avec du beurre et des échalotes. Déglacer avec un peu de bouillon et laisser mijoter. Réduire en purée puis passer à la passoire. Mélanger avec de la crème, de la noix de muscade, du sel et du poivre. Verser le mélange dans un siphon iSi que vous remplissez avec deux cartouches d'azote.

Chauffer la bière à 60 degrés, rajouter l'huile d'olive puis faire mousser avec un mixer.



Place à la jeunesse: Christoph Furer (g.) et Marcel Neuenschwander changent les habitudes méditerranéennes traditionnelles du «Bären» avec leurs menus «uniques».

«Les coquilles Saint Jacques et le chou-fleur en trois textures en entrée, arrondis par la mousse âpre de la bière conviennent parfaitement au mois de janvier, où on recherche quelques chose de plus léger après les repas de fête», nous confie Christoph Furer et Marcel Neuenschwander, les deux jeunes cuisiniers. Ces deux jeunes prodiges de la cuisine sont en train de marquer la culture gastronomique du restau-

rant Bären, en apportant un peu de variété dans un établissement où les clients étaient habitués à une cuisine saisonnière plus traditionnelle.

Et pourquoi pas un sorbet à la bière ?

Nos deux jeunes cuisiniers apprécient que le chef Carlo Strebel laisse libre cours à leur créativité. Ils attendent avec impatience l'arrivée du printemps avec ses glaces faites maison et

se réjouissent déjà de pouvoir expérimenter.

Il se peut qu'un sorbet à la bière fasse son apparition. «Quand elle n'est pas cuite, la bière a un goût plus authentique», nous explique Christoph Furer. SOIF leur souhaite beaucoup de plaisir lors de l'expérimentation!

Pour accompagner cette entrée légère, je recommande une Feldschlösschen Amber, qui a mûri sur du bois de chêne et se distingue par un goût légèrement fruité, un soupçon de caramel et une fine note de houblon.



Thomas Klauser, sommelier ès bière Feldschlösschen



Nous sommes intéressés par votre recette

Envoyez-nous votre recette préférée avec photo à durst@fgg.ch ou à Feldschlösschen Getränke AG, Redaktion DURST, Theophil-Roniger-Strasse, 4310 Rheinfelden. Les recettes les plus originales seront publiées dans SOIF.

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



Les éditorialistes de SOIF: Stephan Pörtner (à g.), écrivain, traducteur et lauréat du prix du polar zurichois, et Beat Schlatter, acteur, cabarettiste et scénariste.

Les assoiffés

Joyeux Noël!

Stephan: As-tu déjà acheté des cadeaux de Noël?

Beat: Non, personnellement je trouve que les meilleurs cadeaux sont ceux qui ne s'achètent pas.

Es-tu radin au point de simplement bricoler quelque chose pour tes amis?

Mais non, ça n'a rien à voir avec ça. L'année dernière ma femme a eu l'idée que

j'écrive une lettre à un ami qui possédait déjà tout.

C'est ce que tu as fait?

Je me suis donné du mal quand le 24 au matin je me suis assis à mon bureau pour décrire sur papier notre vécu commun et notre affection et le remercier de son amitié.

Ça ne doit pas être simple. J'ai dû recommencer cinq fois. Une fois c'était trop pompeux, une autre fois trop formel. Finalement, j'ai abandonné.

Tu ne lui a rien offert au final?

Non, on avait en fait convenu de ne rien s'offrir et j'étais d'autant plus touché le soir, quand il me glissa une enveloppe devant le sapin illuminé. Je l'ai pris dans mes bras en l'appelant un vrai ami qui agit au lieu de simplement parler. Le lendemain j'ai attendu le moment opportun pour ouvrir la lettre.

Qu'est-ce qu'elle disait?

«Joyeux Noël!»

L'agenda présentée par **MyFELDSCHLOESSCHEN.ch**

À l'accueil des rois et des adeptes de ski

• **Le jour des Rois Mages:** le 6 janvier nous fêtons l'arrivée des Trois Mages venus de l'Orient à Béthléhem. Profitez du jour des Rois Mages pour accroître votre chiffre d'affaires en proposant à vos clients un petit surplus. Faites-les véritablement se sentir couronnés, en offrant par exemple une Eve aux reines et une Feldschlösschen Premium aux rois comme «apéro royal».



Le 6 janvier est le jour des Rois Mages.

• **Courses de ski:** en janvier, la Coupe de ski fait escale dans l'Oberland bernois. Accueillez les fans dans votre local et regardez ensemble les courses à Adelboden (11 et 12 janvier) et Wengen (17 au 19 janvier). Proposez des paris originaux pour augmenter le suspense et assurer la bonne ambiance. Et peut-être une bière fraîche pour le vainqueur et un tour gratuit au cas d'une victoire suisse?



Ambiance de ski au Chuonisbergli à Adelboden.



LEXIQUE DE LA BIÈRE

J comme jeune bière

Juste après la fermentation principale, la bière passe pour une jeune bière. À ce stade-là, elle est imbuvable, car elle contient des substances indésirables comme des acides aminés ainsi que des résidus de la fermentation et des produits de dégradation. Pendant la fermentation principale, seuls les sucres provenant du malt ont été transformés par la levure en éthanol et dioxyde de carbone. Durant la fermentation secondaire (la maturation), les substances susmentionnées sont métabolisées par la levure. Ainsi, la bière mûrit et obtient sa saveur, comme c'est aussi le cas pour un vin ou un fromage.



La BLAGUE du mois

«Le climat ici est excellent. À mon arrivée, je ne savais ni parler ni marcher et je n'avais pas de cheveux», disait un indigène au visiteur dans une station thermale. «Dites-donc! Et depuis quand séjournez-vous dans cet endroit merveilleux?» «J'y suis né.»

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.myfeldschloessen.ch!

Inscrivez-vous vite
et profitez!



MyFELDSCHLOESSCHEN.ch

Soif, envie de plus