



SOIF

Le magazine de restauration de l'entreprise Feldschlösschen – www.journalsoif.ch
N° 2 | Février 2015



Une calculette à la main:

Plus de choix = plus de gain

Page 10

Une sélection idéale de bières

La carte géographique des bières sur myfeldschloessen.ch est là pour vous guider

Page 23

Nouvelle présentation

Schweppes a un nouveau look avec la qualité de toujours

Page 29

Exceptionnel!

EVE by Cardinal
Litchi

Prix net **1.33**
au lieu de 1.63
VC caisse 24x0,275

EVE by Cardinal
Passion Fruit

Prix net **1.33**
au lieu de 1.63
VC caisse 24x0,275



NOS 3 CHAMPIONS

BARBERA D'ALBA

Le raffiné : il est le préféré de la nation

BARBARESCO

L'imposant : sa force et sa polyvalence sont légendaires

BAROLO

Le grand : qui veut gagner, ne doit pas l'ignorer



VAREJ DE FONTANAFREDDA

pour les clients de la gastronomie exclusivement disponible au niveau national chez
www.bottle.ch

THE
IBOTTLE
VIN A PARTAGER

Éditorial

Plus de bières, plus de profit



Chères lectrices, chers lecteurs,

Plus vous proposez de bières différentes, plus vous attirez de clients, pour plus de chiffre d'affaires et donc plus de profit. Cette équation vaut non seulement pour les villes et agglomérations, mais aussi à la campagne. À partir de la [page 10](#), vous découvrirez comment des clients Feldschlösschen heureux ont élargi leur gamme de bières, pour le meilleur. «Une gamme élargie de bières a profité à notre établissement», résume par exemple Nico Röthlisberger, de l'hôtel Schweizerhof à Sils-Maria. Et en [page 19](#), Ramona Imperiale de l'Eisenbahnli-Pub à Reichenburg, raconte: «Depuis que nous proposons la Guinness à la pression, nous voyons de nouveaux visages chez nous.»

Vous aussi, élargissez votre gamme de bières et augmentez ainsi vos profits! Votre Sales Manager Feldschlösschen est là pour vous conseiller les bières qui feront mouche. Vous pouvez aussi vous renseigner sur myfeldschloesschen.ch et optimiser votre gamme de bières tranquillement depuis votre bureau. En [page 23](#), découvrez comment notre plateforme restauration peut vous y aider.

Et qui dit gamme de bières optimale, dit aussi Carlsberg! En [page 25](#), lisez comment la marque internationale de bière premium sponsorise le Swiss Nightlife Award 2015 et le slogan surprenant qu'elle réserve aux consommateurs.

Philippe Bouhan,
Regional Sales Manager
Vaud



IMPRESSUM

SOIF

Le magazine de restauration de l'entreprise Feldschlösschen
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 Neuvième 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, Feldschlösschen



Une bière avec... 19



St. Patrick's Day 9

LACERBER	SPEZIALBIR	SPEZIALTÄTEN	WESBER	ALDERHÖLPER/NEZALDIT



Brooklyn Lager

American Way of Life chez vous

Faites entrer l'American Way of Life dans votre établissement avec la **Brooklyn Lager**, une bière américaine ambrée-dorée très savoureuse.

Le goût malté de cette bière emblématique de la microbrasserie américaine va se faire un nom. Une Brooklyn Lager suffit pour que les Américains se sentent comme chez eux, même à l'étranger. Mais cette bière est aussi fort appréciée des amateurs suisses et se marie parfaitement avec le barbecue américain, les burgers et le TexMex.

La Brooklyn Lager est disponible pour la restauration en fûts de 30 litres et en bouteilles de 33,5 cl. Et si cette Américaine vous a convaincu, alors vous pouvez aussi commander auprès de Feldschlösschen la **Brooklyn Brown Ale** et la **Brooklyn East India**. Cheers!



Commander maintenant!

4.89 CHF

par litre

Brooklyn Lager
fût de 30 litres
Art. 12169

www.myfeldschloesschen.ch

Commander maintenant!

2.08 CHF

la bouteille

Brooklyn Lager
25 x 35,5 cl VP verre
Art. 11980

www.myfeldschloesschen.ch



VIN DU MOIS

Ripasso Valpolicella

CANTINA DI NEGRAR

Le bouquet du **Ripasso della Valpolicella** est complexe, avec des notes de fruits rouges, de vin et d'épices. Ce vin italien convainc par sa rondeur et son velouté, son harmonie en bouche, et par l'équilibre entre tannins et acidité.

S'accorde idéalement avec...

Le Ripasso della Valpolicella s'accorde parfaitement avec la cuisine suisse et accompagne particulièrement bien les viandes.

«THE BOTTLE» – Food & Wine:

www.bottle.ch

Commander maintenant!

14.90 CHF

la bouteille

Ripasso della Valpolicella
Art. 12302
6 x 75 cl VP carton

www.myfeldschloesschen.ch



Nouveaux accessoires

Casquette et ceinture pour nos chauffeurs

Avez-vous déjà remarqué que nos chauffeurs arrivent en tenue de travail? Depuis plus de six mois, le look de cocher est remarqué par tout le monde! Sous l'arbre de Noël, nos chauffeurs ont trouvé aussi des cadeaux spéciaux: une casquette qui va se substituer au chapeau quand les températures seront estivales, et une ceinture robuste, tous

deux naturellement au logo Feldschlösschen.

«**Bien assorties**»

Les nouveaux accessoires vont très bien compléter les tenues de travail. «Nous autres, nous avons eu du plaisir à recevoir une casquette et une ceinture. Elles sont très bien assorties à notre tenue», a déclaré Niklaus Sahli.



SAVOIR DE LA BIÈRE

FELDSCHLÖSSCHEN

ACADEMY

Saviez-vous que les établissements qui proposent des spécialités et bières spéciales diverses réalisent un bénéfice plus élevé et réussissent à gagner la fidélité de nouveaux clients grâce à leur gamme de bières?



Astuce du mois

Allez sur myfeldschloesschen.ch sous Formation/Centre de connaissances et consultez la carte géographique culinaire. Vous obtiendrez facilement un aperçu du mariage des mets et des bières. Notre gamme contient les bières qui accompagneront tous vos plats et dont vous tirerez profit!



Le chauffeur Niklaus Sahli se montre satisfait de ses nouveaux accessoires.



Bière riche

Des œufs diablement bons

Aux USA, on sert volontiers les «Deviled Eggs» à l'apéritif. Les demi-œufs sont enrichis d'assaisonnements épicés comme le tabasco et le piment en poudre. Ils sont aussi diablement bons avec du thon ou de l'avocat. L'en-cas idéal avec une bière américaine ou autre.

Deviled Eggs au thon et à l'avocat

INGRÉDIENTS POUR 24 PORTIONS: 12 œufs, 1 avocat, 15 g de mayonnaise, 3 cc de jus de limette, ail en poudre, poivre de Cayenne, sel, une carotte pour la garniture. 200 g de thon, 2 cc de persil frais, 2 cc d'olives émincées, 1 cc de moutarde, 2 cc de jus de citron, 1 cc de vinaigre de vin blanc, 2 cc d'huile d'olive, sel, poivre pour l'assaisonnement, lard pour la garniture.

PRÉPARATION: Faites cuire les œufs durs, écalez-les, coupez-les en deux. Prélevez soigneusement les jaunes, partagez-les en deux portions et mettez-les dans deux bols. Mélangez avec le thon ou l'avocat. Ajoutez les autres ingrédients, mélangez soigneusement et goûtez. Farcissez les demi-œufs avec le mélange à l'aide d'une petite cuillère. Garnissez.

Participez et gagnez:

Le sèche-parapluies idéal pour les restaurants

Plus jamais de parapluies mouillés dans votre établissement: le sèche-parapluies iBags de la société Alpdreams Distributions convient parfaitement aux restaurants. Participez et gagnez un iBags!

Il pleut et les clients entrent tous avec un parapluie trempé à la main: cette humidité chasse le confort. C'est là qu'entre en jeu le sèche-parapluies iBags: le parapluie mouillé est fermé, puis enfoncé complètement dans l'ouverture circulaire du iBags. Et voilà qu'il ressort enveloppé dans une fourre en plastique. L'humidité est éliminée et un porte-parapluies devient superflu. Cette invention asiatique fonctionne sans

courant et les fourres en plastique sont réutilisables. iBags est disponible chez Alpdreams Distributions à Bulle en deux tailles: le modèle pour un parapluie coûte 599 francs, alors que pour celui pour deux parapluies, vous débourserez 999 francs.

Gagnez un iBags

SOIF tire au sort un iBags pour un parapluie offert par Alpdreams Distributions. Pour participer, envoyez un e-mail avec le mot-clé

«sèche-parapluies» et vos coordonnées à durst@fgg.ch. Nous vous souhaitons bonne de chance!



À gauche: sèche-parapluies pour un parapluie. – À droite: sèche-parapluies pour deux parapluies.

Le classique fruité

Naturellement léger, le nouveau Rivella Vert

Le Rivella Vert reprend le chemin des starting-blocks en février: la boisson fort appréciée à l'extrait de thé vert est relancée. La nouvelle recette est légère, rafraîchissante, 100 % naturelle et correspond aux principales tendances de la consommation. Dans sa bouteille tout aussi nouvelle, le Rivella Vert attire tous les regards et incitera assurément vos clients à en commander. Ce rafraîchissement novateur au goût éprouvé de Rivella fera l'objet d'une vaste campagne publicitaire en février, dont un spot TV au goût du jour.

À commander de suite

Vous pouvez commander dès maintenant le nouveau Rivella Vert encore plus rafraîchissant chez votre partenaire boissons éprouvé Feldschlösschen. Disponible en bouteilles en verre recyclable de 33 cl et en PET de 150 cl, idéales pour la restauration.



Commander maintenant!

1.22 CHF

la bouteille

Rivella Vert
Art.10336
24x33 cl VC verre

www.myfeldschloessen.ch





GIN TONIC, GIN FIZZ
OU SINGAPORE SLING:
LE GIN QUI BRISE LA
GLACE.



De grandes bouteilles à petits prix. Découvrez
les formats pratiques 100 cl de House Selection Spirits.

COMMANDER ET PROFITER
www.myfeldschloesschen.ch 0848 805 010

**HOUSE
SELECTION
SPIRITS**

GET MORE FOR LESS.



BOISSON DU MOIS

Un **Limbo** et on s'envole au 7^e ciel

En ce mois de la Saint-Valentin, donnez à votre carte la couleur de l'amour grâce à un cocktail. Avec le «Limbo», il n'y a pas que les tourtereaux tout frais qui vont quitter la terre ferme. Comme son nom l'indique, ce cocktail va faire agréablement planer tous les connaisseurs.

Fruité et rafraîchissant

Des fraises, du sirop de fraise et de noix de coco, du jus d'ananas: c'est tout ce qu'il fallait pour un cocktail à la douce saveur fruitée. Le rhum «Santa Cruz» de notre «House Selection Spirits» distille lui aussi un peu de douceur. Et le Schweppes Tonic confère équilibre et fraîcheur avec son goût légèrement amer.

Ingrédients

3 cl Rhum Santa Cruz (blanc)
8 cl Schweppes Indian Tonic
6 cl Jus d'ananas
2 cl Sirop de noix de coco
1 cl Sirop de fraise
Fraises
Glaçons

Préparation

Dans un mixer, réduire quelques fraises fraîches en purée. Verser tous les ingrédients liquides (sauf le Schweppes Tonic) et les glaçons dans le shaker et secouer vigoureusement. Verser le mélange dans un verre à long drink et ajouter du Schweppes Tonic frappé selon les goûts.

Commander maintenant!

18.90 CHF

la bouteille

Ron Santa Cruz Silver Dry
White Rum 38%
Art. 12027
6x100 cl VP carton

www.myfeldschloesschen.ch



L'hôtel St. Joseph, gagnant du concours SOIF

Très heureux de la **Nescafé Milano 2.0**

C'est ensemble qu'ils ont participé au concours SOIF, et c'est ensemble qu'ils savourent leur lot, qui va leur faciliter le service du café: Mathilde et Eduard Spagni, du Naturpark-Hotel St. Joseph à Gänsbrunnen, ont gagné une Nescafé Milano 2.0 pour un

an. La valeur du lot offert par Nestlé est de 3500 francs.

«Le système de préparation du café du futur»

«La Nescafé Milano 2.0 est le système de préparation du café du futur. Grâce à un menu de

commande tactile simple, les restaurateurs peuvent satisfaire les clients et enrichir leur offre de café avec des boissons tendance», dit Alexander Scharf, Head of Beverage chez Nestlé. Il explique la fonction blending à Mathilde Spagni: «Grâce à ça, vous pouvez créer le mélange de café de vos rêves et ainsi votre nouvelle marque de fabrique.» De plus, la Nescafé Milano 2.0 envoie les données au PC, «ainsi vous pouvez surveiller le service de café depuis votre bureau».

de suite.» La cliente Feldschlösschen, qui aime le café, est aussi heureuse d'avoir la Nescafé Milano 2.0 «pour essayer des nouveautés de temps en temps».

www.nescafe-solutions.ch



Mathilde Spagni, cliente Feldschlösschen, avec le Sales Manager Nestlé Yves Branchi (à g.) et le Head of Beverage Nestlé Alexander Scharf.

«Tout est plus rapide»

La machine à peine installée par un technicien Nestlé, Mathilde Spagni est déjà conquise par la Nescafé Milano 2.0: «Tout est plus rapide qu'avec notre ancienne machine. Cela ménagera énormément notre travail lors des périodes de pointe, quand tout le monde veut son café tout



Nouveau : naturellement léger



- ✓ *Avec des ingrédients naturels*
- ✓ *Sans édulcorants artificiels*
- ✓ *Avec des extraits de thé vert*

www.rivella-vert.ch

Le jour de la Saint-Patrick

Du vert partout – et pour les pubs, le jour le plus important

Le 17 mars, ça recommence: dans le monde entier, les amoureux de l'Irlande lèvent leur pinte de Guinness à la santé du saint patron de l'île verdoyante. Cette année, la Saint-Patrick tombe un mardi. Tout est donc au mieux pour engranger d'énormes profits, en pleine semaine!

Il y a plus de 1500 ans, saint Patrick aurait expliqué le concept de la Trinité aux Ires, peuple païen, à l'aide d'un trèfle vert. Et de nos jours, le trèfle est l'emblème de l'Irlande et saint Patrick son patron. Les célébrations de la fête nationale irlandaise marquent l'anniversaire de sa mort.

Le monde voit vert

Il n'y a pas qu'en Irlande que ce jour est spécial: la Saint-Patrick est fêtée partout dans le monde. Même si les raisons historiques ont perdu de leur importance ces dernières années, le 17 mars

prend de l'ampleur en Suisse. L'an dernier, même les chutes du Rhin ont été parées de vert.

Ambiance de fête assurée

Tous les ans, le vert prend l'ascendant et dans le monde entier, les amateurs sortent boire une Guinness avec des amis au pub, à la santé du saint patron de l'Irlande. Ambiance de fête assurée!



Une preuve irréfutable que la Saint-Patrick s'est aussi installée pour de bon en Suisse: l'an dernier, même les chutes du Rhin ont été parées de vert pour la fête nationale irlandaise.

Des kits de visibilité pour les échoppes

En tant que bière irlandaise, la Guinness est la boisson de la Saint-Patrick. Pour les Irish Pubs, la fête nationale irlandaise est de loin l'événement le plus important de l'année, et souvent le jour où la bière rapporte le plus. En 2015, le 17 mars tombe un mardi, et c'est pour vous, res-

taurateurs, l'occasion de faire d'énormes profits en pleine semaine.

Pour vous aider, Guinness propose des kits de visibilité. Contactez votre Sales Manager sans tarder, car comme dirait l'Irlandais: «The early bird gets the worm!»



Saisissez l'occasion

A la Saint-Patrick, les pubs sont pleins à craquer, les clients de bonne humeur et la bière coule à flots. C'est donc le moment idéal pour tourner la fête nationale irlandaise à votre profit:

- Montez votre propre campagne de promotion.
- Des passeports de bière ou une dégustation peuvent encore gonfler les ventes.
- Organisez un concert. Les jeux de pubs gagnent aussi en popularité.

Votre Sales Manager vous conseillera volontiers.

Restaurant, Café, Bar Goldauerhof à Goldau

Les clients demandent: «Vous avez en nouvelle bière?»

Huit bières pression, on ne s'y attend pas dans un petit bar à la campagne: à Goldau, Laszlo Godo et Silvi Kunz appliquent avec succès depuis le printemps dernier leur stratégie multimarques. Les habitants de Goldau s'en réjouissent.

Grimbergen, Hoegaarden, Schneider Weisse, Magners, Guinness, Kilkenny, Gurten et Bodingtons – tous à la pression, ainsi que la Cardinal Brunette, Feldschlösschen Bügel, trois Schneider Weisse différentes et d'autres bières en bouteille: au «Goldauerhof», les clients ont le plus grand choix de bières de Goldau et environs.

Une stratégie multimarques

Il n'en a pas toujours été ainsi: jusqu'au printemps dernier, seule la Cardinale était offerte à la pression. Puis Laszlo Godo a repris l'exploitation avec sa partenaire Silvi Kunz. «Déjà dans mon précédent établissement à Küssnacht, j'ai appliqué une stratégie multimarques avec succès», raconte ce client satisfait de Feldschlösschen.

Tout Goldau est impressionné

Laszlo Godo en est convaincu: «Une vaste gamme de bières est bonne pour le chiffre.» Mais au début, il n'était pas certain que Goldau accepterait son concept: «C'était un risque d'offrir tellement de bières comme étranger au village», dit-il. Les habitants ont cependant été immédiatement conquis. Une des huit bières pression est changée régulièrement par Laszlo Godo

et Silvi Kunz. «Des clients entrent souvent et demandent: «Vous avez encore une nouvelle bière?», raconte le restaurateur. C'est la preuve que son concept multimarques marche bien à Goldau la campagnarde!

Une question de confort

«Tu dois faire ce qui te plaît à toi-même», dit Laszlo Godo. Il associe un grand choix de bières au confort. «Lorsque j'entre dans un établissement et ne vois qu'un seul robinet, je ne me sens pas à mon aise. Je ne veux pas porter les mêmes chaussures qu'un autre.» Il n'offre ainsi pas une unique bière pression, comme on s'y attendrait dans un village comme Goldau. «Beaucoup de gens l'apprécient énormément. Les campagnards se sont ouverts au monde.»

Les critères du choix de bières

Laszlo Godo explique pourquoi il s'est décidé pour ces bières-là:

- «**La Gurten** n'est pas une marque de cette région. Mais ma partenaire vient de Berne et cette bière au houblon convient merveilleusement à notre établissement.»
- «**La Guinness** est une marque forte et doit être de la partie. Nous avons aussi un Guinness Club apprécié.»
- «**La Hoegaarden** passe bien car elle est plus légère mu-



Silvi Kunz et Laszlo Godo trinquent avec une Grimbergen et une Hoegaarden.

nichoise.» La terrasse est entièrement dédiée à la Schneider Weisse. Laszlo Godo: «Cette bière et sa culture conviennent parfaitement ici.»

Les mois-slogans avec la bière

Au «Goldauerhof», on boit aussi volontiers une bière avec le repas. Lors des mois-slogans, il y a des combinaisons spéciales. Silvi Kunz: «Lorsque le slogan est Détective Magnum, nous servons une Brooklyn Lager avec un hot dog à la choucroute.» Selon la restauratrice, une belle carte des bières et des bières

de saison appartient à la culture de la bière. Nous offrirons bientôt une Bière de printemps de la gamme Feldschlösschen, ajoute Laszlo Godo.

Musique live et DJs

Qu'ils viennent juste boire une bière, regarder un match de foot sur grand écran ou fêtent le week-end lors d'une fête avec musique live ou un DJ: jeunes et vieux, tous les clients du «Goldauerhof» apprécient la vaste gamme de bières. Comme pour le patron, la multiplicité des bières est «un confort».

www.goldauerhof.ch



La belle carte des bières du «Goldauerhof».

Les huit bières pression du «Goldauerhof».



Hôtel Schweizerhof à Sils-Maria

Grâce à la **Grimbergen Blonde**, les fondateurs boivent plus longuement

Depuis cette saison hivernale, l'Hôtel Schweizerhof à Sils-Maria est client de Feldschlösschen. «Nous avons élargi notre gamme de bières et les expériences des premières semaines sont prometteuses», dit l'hôtelier Nico Röthlisberger.

Comme ses trois hôtels partenaires, le Victoria-Lauberhorn à Wengen, le Valaisia à Crans-Montana et l'Altein à Arosa, le «Schweizerhof» de Sils-Maria en Engadine a lui aussi adopté cette saison le partenaire boissons Feldschlösschen. Nico Röthlisberger, qui gère le «Schweizerhof» avec son épouse Katharina, explique: «Nous avons consulté plusieurs fournisseurs et nous sommes décidés pour Feldschlösschen en raison des offres attractives, des services complets et de la large palette de produits.»

1664 et Grimbergen Blonde

Le couple Röthlisberger a profité du passage au nouveau partenaire boissons Feldschlösschen pour élargir sa gamme de bières, autrefois rudimentaire:

- **Au confortable Arvenstube**, Nico Röthlisberger propose à ses clients, outre la Feldschlösschen Original, la bière française premium 1664. «C'est ici un restaurant à la carte et on y joue beaucoup au jass après le ski de piste et de fond», raconte le restaurateur. J'ai ainsi opté pour une lager digeste, la 1664. Nico Röthlisberger loue «l'élégance du verre 1664» et ajoute qu'on propose la 1664 spécialement aux clients qui commandent «une chope». «Beaucoup se laissent tenter par la nouvelle bière et l'apprécient.»

- **Au dancing «Bella Festa» également**, les Röthlisberger ont fait installer un double robinet. «Ici, il y a de la musique live et on danse», dit Nico Röthlisberger. «Nous voulions donc offrir

quelque chose d'exclusif en plus de la Feldschlösschen Original. Nous nous sommes décidés pour la très classe bière belge d'abbaye, la Grimbergen Blonde.» Cette bière «dans un superbe verre à pied» se boit volontiers après le souper. Nico Röthlisberger: «Elle passe très bien. En quelques jours seulement, tout un groupe de fondateurs avait appris à la connaître et à l'apprécier.»

Plus de bière, plus de profit

Pour choisir les bières, les Röthlisberger ont été conseillés par le Sales Manager de Feldschlösschen Remo Flütsch. «Il nous a fait des propositions intéressantes», dit Nico Röthlisberger. «Nous avons choisi ensemble une gamme intéressante pour les clients. Notre objectif est que le client vende plus de bière et gagne plus», explique Remo Flütsch. C'était déjà le cas en quelques semaines. La facture grimpe! Nico Röthlisberger: «La gamme de bières élargie est un gain pour notre établissement.»

www.hotel-schweizerhof-sils.ch



«La gamme élargie de bières est un gain pour notre établissement.»

Katharina et Nico Röthlisberger, hôtel Schweizerhof à Sils-Maria.



La Grimbergen Blonde et la 1664 se sont déjà fait bien des adeptes au «Schweizerhof».



L'hôtel Schweizerhof de Sils-Maria.

Tournez la page s.v.p.

core une



«Une vaste gamme de bières est bonne pour le chiffre.»

Laszlo Godo, Goldauerhof à Goldau



NOTRE ALE BRUNE ROMANDE

NÉE D'UNE AMITIÉ - BRASSÉE AVEC PASSION



**COMMANDER
MAINTENANT!**

myfeldschloessen.ch

Restaurant Bonap à Signy

«L'extension de la gamme de bières est un grand succès»

Le client de Feldschlösschen Dzezmin Bilali a transformé son établissement pour élargir la gamme de bières. Pour cela, le patron du Bonap à Signy a demandé l'aide professionnelle de son partenaire

boissons Feldschlösschen. Dzezmin Bilali a très vite compris: «La vaste gamme de bières est appréciée des clients et représente aussi un avantage pour moi.»

Dzezmin Bilali regarde les nombreuses boissons posées sur le bar devant les trois robinets. «Waouw, notre assortiment de bières et autres boissons de Feldschlösschen est déjà si vaste!», dit le patron du Bonap, à Signy dans le canton de Vaud, à la Sales Manager Assunta Charbonney.

Il y a peu, l'unique brasserie du Centre commercial de Signy a été transformée et modernisée. «Avant nous ne vendions que la 1664 en pression, mais depuis 17 ans déjà et avec succès», raconte Dzezmin Bilali.

Transformation et agrandissement

Le restaurateur a profité de la transformation pour élargir la gamme de bières. Dzezmin Bilali, qui gère le restaurant et son take-away avec son père Kalos, a pu compter sur la longue expérience de Feldschlösschen pour choisir ses nouvelles bières. Dzezmin Bilali: «Assunta Charbonney nous a parfaitement accompagnés dans le choix de notre nouvelle gamme de boissons.»

Quelle clientèle?

La Sales Manager Assunta Charbonney voulait découvrir quel type de clients visitent le «Bonap»: des clients du centre commercial? Ou bien des gens qui choisissent exprès ce restaurant, connu pour sa cuisine soignée? «Il s'est rapidement avéré que le choix des bières devait prendre en compte les deux catégories», dit-elle. Il fallait aussi intégrer la décoration intérieure modernisée et inclure



Une équipe solide: Dzezmin Bilali, restaurateur et Assunta Charbonney, Sales Manager chez Feldschlösschen.

ainsi des bières spéciales dans la gamme.

Promotions et carte des bières

Dzezmin Bilali: «La journée, la 1664 est toujours dans la course, mais le soir, l'offre intégrale vaut la peine.» La décision d'ajouter à la gamme deux autres bières pression Grimbergen Blanche et Grimbergen Rouge ainsi que les bières en bouteille Brooklyn Lager, Feldschlösschen Bügel, Feldschlösschen sans al-

cool et Cardinal Brunette a eu un grand succès: Dzezmin Bilali: «L'énorme expérience et le professionnalisme de Feldschlösschen m'ont beaucoup aidé. Les clients aiment découvrir une nouvelle bière et apprécient l'étendue de la gamme.»

Il précise que les promotions de Feldschlösschen et la carte des bières personnalisée contribuent à cette réussite.

Échanger les expériences

Pour Dzezmin Bilali, le processus d'extension de l'offre n'est pas encore terminé: «Avec Assunta Charbonney, nous observons les réactions de nos clients, ce qui signifie que nous pourrions sortir une bière de la gamme pour la remplacer par une autre.»

Pour la Sales Manager Assunta Charbonney, l'échange des expériences est important: «Ce n'est qu'ainsi que nous découvrirons les produits qui conviennent le mieux à nos clients.»

«Feldschlösschen nous a parfaitement accompagnés pour étendre l'offre.»

Dzezmin Bilali, «Bonap» à Signy



Tournez la page s.v.p.

FÊTEZ AVEC CARLSBERG EN MONTAGNES!

PROFITEZ
MAINTENANT!

COMMANDEZ LE KIT
ET LAISSEZ GAGNER
DES CLIENTS



AROSA ELECTRONICA

15 - 22 Mars
MANDY, ANIMAL TRAINER,
KAROTTE, ...

VERBIER HIGH FIVE
BY Carlsberg

11 Avril
REMARY & MANU-L

Consommer
avec modération.



Carlsberg

Probably the best beer in the world

Variétés branchées
de la vallée de Rauch.

RAUCH
depuis 1919

Promotion
Hit-Flash
Mars 2015

Offrez à vos clients quelque chose de particulier:
des spécialités exotiques sous forme pure ou en
cocktail.

Vous trouverez de nombreuses recettes
excellentes sous:
answers.rauch.cc ou rauch.cc

Rauch. Fruit, famille et nature. Depuis 1919.





Ce qui compte au Ski Lodge Engelberg, c'est le plaisir. Et le plaisir total n'existe pas sans une large gamme de bières.

Ski Lodge Engelberg

«Nos clients aiment essayer une nouvelle bière»

Des chambres confortables, de bons plats et une nouvelle terrasse à l'air libre pour l'après-ski: au «Ski Lodge Engelberg», on fait tout pour que les clients se sentent le mieux possible. Le PDG Niklas Danielson explique pourquoi il vaut aussi la peine d'offrir une vaste gamme de bières aux clients.

Avec le «Ski Lodge», deux Suédois ont réalisé à Engelberg leur rêve de tenir leur propre hôtel. Les deux amis Eric et Niklas pensent à tout pour rendre leurs clients heureux. La terrasse a ainsi été refaite à l'épreuve des intempéries pour pouvoir être utilisée par tous les temps pendant la saison en cours. «De grands parasols, un chauffage et beaucoup de lumière font que rien n'entrave jamais l'après-ski», explique Niklas Danielson.



«La bière est de loin la boisson la plus importante chez nous.»

La gamme des bières est étendue
On a aussi élargi la carte des bières. Maintenant, en plus des Feldschlösschen Amber, Carlsberg et Franziskaner Weissbier, une quatrième bière de saison

Niklas Danielson, Ski Lodge Engelberg
est offerte à la pression. «La bière est de loin la boisson la plus importante chez nous», dit Niklas Danielson. «Nous souhai-



tons offrir un choix encore meilleur à nos clients.» Les bières pression se complètent par les Carlsberg, Brooklyn IPA et Feldschlösschen Bügel en bou-

teille. Cette gamme renouvelée passe très bien, dit Niklas Danielson: «Les clients se laissent bien tenter par quelque chose de nouveau pour la prochaine tournée.»

Christmas Tattoo avec Bière de Noël et attelage à six

Feldschlösschen fait sensation sur scène

Pour la deuxième fois, le Christmas Tattoo a enchanté les spectateurs pendant l'Avent. Les 500 participants de 15 formations, trois chœurs et tous les acteurs et figurants ont présenté 70 chansons et morceaux. Une star du spectacle a été le chanteur américain Walter Belcher qui a un registre vocal de quatre octaves, comme la regrettée Whitney Houston, et qui a magnifiquement interprété «Purple Rain».

Nos clients à la première

Feldschlösschen, en qualité de fournisseur, était un des acteurs du succès du Christmas Tattoo 2014, car l'attelage à six paré de décorations de saison a fait sensation et la Bière de Noël convenait parfaitement à cette manifestation de la période de l'Avent: les clients Feldschlösschen invités à la première de Christmas Tattoo ont pu s'en convaincre.



1

1 Sensation avec l'attelage à six de Feldschlösschen tant apprécié.

2 La Bière de Noël Feldschlösschen convenait parfaitement à la manifestation.

3 Les clients internationaux ont adoré l'apéro Jingle Bells de Berchtold Catering.

4 Michael Spreiter (Sales Manager Feldschlösschen), Marcel Schroeder (Restaurant Elsbethenstübli) et Urs Zimmermann.

5 Erik Julliard (CEO et producteur de Basel Tattoo Productions), le lieutenant-colonel Nick Grace, le major Matt Sheldrick, le major Ian Wilson et le capitaine à la retraite Stuart Samson.

6 Les dames VIP ont aussi savouré l'atmosphère particulière du Christmas Tattoo.



2



3



4



5

ne à Bâle



Les gagnants du concours de la newsletter sont heureux de pouvoir suivre de si près le concert de Bryan Adams.

Newsletter Feldschlösschen

Bryan Adams ravit les gagnants

«Let's Make A Night To Remember»: le rocker canadien Bryan Adams (55 ans) a maintenu la promesse du titre de sa chanson et a enthousiasmé ses innombrables fans au Hallenstadion de Zurich. Six clients Feldschlösschen de la restauration ont pu suivre le concert de la loge Feldschlösschen

où leur fut servi auparavant un excellent repas accompagné de vins sélectionnés. Ils avaient gagné des billets VIP au concours de la nouvelle newsletter Feldschlösschen. Aimerez-vous recevoir la newsletter vous aussi? Alors envoyez-nous un mail à myfeldschloesschen@fgg.ch.



Dans la loge Feldschlösschen, rien ne manque pour séduire le palais, tandis que Bryan Adams (en haut à droite) charme ses auditeurs.

MA BIÈRE PRÉFÉRÉE

«Une Cardinal Brunette, pour changer»

«Nous jouons au beach-volley non loin du Rock Café. Après l'effort, on aime bien se rafraîchir avec une bonne chope en terrasse. Le pub a une carte de bières bien

fournie. Aujourd'hui, on a choisi la **Cardinal Brunette**. Elle est rafraîchissante, et elle nous change de la bière lager habituelle.»



Annette et Sylvie, clientes du Rock Café à Berne.



LA TRADITION SUISSE DANS LA BOUTEILLE À FERMETURE MÉCANIQUE



ESSAYEZ-LA MAINTENANT!

NATURFRISCH

TOUT LE PLAISIR D'UNE BIÈRE TROUBLE

BÜGEL

LA LAGER PLEINE DE CARACTÈRE



UN VERRE AVEC RAMONA IMPERIALE

«La vaste gamme de bières est appréciée et a du succès»



RAMONA IMPERIALE DE L'EISENBÄHNLI-PUB À REICHENBURG (À GAUCHE) ET STEFANIE GRUBER, SALES MANAGER FELDSCHLÖSSCHEN

Stefanie Gruber (Sales Manager): En octobre dernier, tu as repris l'Eisenbähnli-Pub et tu as décidé d'offrir une vaste gamme de bières. Raconte-nous comment ça s'est passé.

Ramona Imperiale: Avant, il y avait un unique et très ancien robinet Carlsberg, qui avait été offert par Cardinal. J'ai fait installer par Feldschlösschen un beau système à pression avec quatre robinets et propose ainsi aux clients, en plus de la Cardinal très appréciée ici, aussi la Feldschlösschen Original, la Guinness et des bières de saison comme la Bière de Noël. Mes premières expériences sont très positives. De nombreux clients ont immédiatement essayé les nouvelles bières et ont trouvé de nouvelles amours. En plus de la Cardinal, la Guinness se vend particulièrement bien. Je peux même accueillir de nouveaux clients qui viennent exprès à l'Eisenbähnli-Pub parce que nous avons de la Guinness pression.

Pourquoi as-tu choisi Feldschlösschen comme partenaire pour les boissons?

Parce que j'avais déjà travaillé avec eux à différentes reprises, quand j'étais encore employée, et j'avais fait les meilleures expériences avec Feldschlösschen.

Chez vous, tout fonctionne toujours, et nous les restaurateurs sommes soutenus à souhait. Tu m'as par exemple beaucoup aidée avec le choix des bières.

Nous avons regardé ensemble la carte géographique de la bière, tu as toi-même goûté des bières et je t'ai donné des astuces. Mais en fin de compte, c'est toi qui as fait le choix.

C'est vrai, mais franchement, sans tes conseils compétents, je n'aurais pas eu le courage de proposer tellement de bières différentes ici à l'«Eisenbähnli».



Stefanie Gruber (à g.) et Ramona Imperiale.

Nous vendons aussi en bouteille la Feldschlösschen Bügel, la Cardinal Draft, la Cardinal Spéciale et la Schneider Weisse. Notre clientèle est très variée, du rocker au banquier, tous passent chez nous. Et j'ai pu le constater depuis quelques semaines, la vaste gamme de bières est appréciée et contribue au succès de mon établissement. Nous faisons presque deux tiers du chiffre avec la bière.

À l'Eisenbähnli-Pub, on peut aussi manger. Que boivent les clients avec un bon repas?

Nous offrons des plats simples, de la viande sur ardoise, des frites, des pizzas et des en-cas. La plupart des clients préfèrent aussi boire une bière avec le repas. Je suis convaincue qu'il vaut la peine de participer aux nombreuses promotions de Feldschlösschen. Les clients aiment le changement et commandent aussi volontiers une bière de saison. Mais ce qui me réjouit, c'est que des clients qui ne venaient plus à l'Eisenbähnli-Pub y sont retournés et apprécient l'ambiance.

Avec ton équipe, tu offres quelque chose d'unique.

Nous recherchons une atmosphère familiale dans notre pub. Nous sommes ouverts à des nouveautés – et pas seulement en ce qui concerne la gamme de bières. Chaque dernier vendredi du mois, nous organisons une soirée avec musique live. Et là, du coup, la bière coule aussi à flots.

L'EISENBÄHNLI-PUB À REICHENBURG

En octobre dernier, Ramona Imperiale a repris l'Eisenbähnli-Pub à Reichenburg (SZ). Elle travaille depuis longtemps dans la restauration et était auparavant une cliente fidèle de l'«Eisenbähnli». Comme gérante du pub, elle a dès le départ misé avec succès sur une vaste gamme de bières.

WUEN BBBO IN SNOW

**ZWEIFEL PROLONGE LA
SAISON DES GRILLADES!**

**Jouez et gagnez de super prix
d'une valeur totale de
CHF 35'000.-**



Participation gratuite et plus d'infos sur www.zweifel.ch

Nous faisons tout pour produire les meilleures chips.



LES PROS
DES CHIPS

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

zweifel.ch/gastro

Concours – à gagner:

Cinq équipements d'hiver Carlsberg

Avez-vous lu attentivement 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. Dans quelle ville américaine la bière Brooklyn est-elle brassée?

- B** New York
- S** Los Angeles
- G** Boston

2. Comment s'appelle le parcours gastronomique en couple proposé par l'hôtel Eden im Park?

- R** Himmel und Hölle
- I** Feuer und Flamme
- C** Lust und Frust

3. Quel est le nom du cocktail couleur de l'amour à vous faire monter au 7^e ciel?

- E** Limbo
- A** Himbo
- U** Bimbo

4. Comment s'appelle la fête nationale irlandaise, célébrée partout dans le monde avec une Guinness?

- A** St. Alfred's Day
- R** St. Patrick's Day
- D** St. Martin's Day

5. Grâce à quoi la restauratrice Romana Imperiale accueille-t-elle de nouveaux clients au Eisenbahnli-Pub?

- B** L'entrée gratuite
- E** Le choix de bières
- N** Les plats à l'emporter

6. Comment s'appelle le premier soda au monde, créé en 1783?

- S** Schweppes
- D** Coca-Cola
- R** Fanta

Le mot de la solution est:

Participez

Envoyez le mot de la solution et vos coordonnées par fax au **058 123 42 80** ou par e-mail à **durst@fgg.ch**. Avec un peu de chance, vous remporterez l'une des cinq tenues d'hiver Carlsberg.

La date limite d'envoi est le **10 février 2015**



Sac de sport, bonnet, veste et lunettes de soleil: voici l'équipement d'hiver Carlsberg.

Avec Carlsberg, affrontez l'hiver sans problème

Carlsberg est bien ancrée dans la vie nocturne suisse et est aussi une valeur sûre pour l'après-ski. Mais avec Carlsberg, pas besoin d'attendre l'après-ski pour

faire bonne figure. Répondez simplement au quiz de cette page, et gagnez avec un peu de chance l'un des cinq équipements d'hiver Carlsberg. Celui-ci com-

prend un sac de sport, un bonnet, une veste et des lunettes de soleil tendance. Avec Carlsberg, affrontez l'hiver sans problème. Bonne chance!

Les gagnants du concours SOIF de décembre 2014

Les personnes suivantes ont gagné chacune deux tickets pour le Christmas Tattoo: **Gerda Saam** (Seltisberg), **Josiane Lesage Vonnard** (Lausanne), **Freddy Egartner** (Klosters Dorf), **Ruedi Wunderli** (Rouss Getränke GmbH, Pfäffikon SZ), **Yvonne Bernhardsgrütter** (Vilters), **Cornelia Dali** (Uerkheim), **Christine Grau** (Bâle), **Fredy Pletscher**



(Pletscher Getränke, Steckborn), **Anna-Marie Fischer** (Pfungen) et **Gaby Mariniello** (Hotel Stadthof, Bremgarten). Bravo à eux!

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



Des bières variées: il n'y a pas que les pubs à profiter d'une gamme bien fournie en bières pression de tous horizons.

Plus de chiffre grâce à la diversité

Optimiser sa gamme de bières sur myfeldschloesschen.ch

Les clients de Feldschlösschen le confirment: plus de choix rime avec plus de chiffre, et même avec plus de clients. Sur myfeldschloesschen.ch, vous pouvez tranquillement optimiser votre gamme de bières depuis votre bureau, en vue de maximiser votre chiffre d'affaires.

«Depuis que nous proposons la Guinness en pression, nous voyons de nouveaux visages chez nous», raconte Ramona Imperiale de l'Eisenbähni-Pub à Reichenburg en page 19 de ce numéro de SOIF. Avoir ajouté des bières à sa carte lui a même valu des compliments, et les clients sont encouragés à en essayer d'autres. C'est un plus pour Ramona Imperiale, car les bières spéciales comme la Guinness peuvent rapporter jusqu'à 50% de plus par verre.

Des outils intéressants

Vous voulez aussi optimiser votre gamme de bières pour améliorer votre chiffre? Alors rendez-vous sur myfeldschloesschen.ch à la rubrique

SORTIMENTSOPTIMIERUNG



Holen Sie alles aus Ihrem Sortiment raus.

Optimiser sa gamme de bières sur myfeldschloesschen.ch

«Gérer votre business»; vous y trouverez les outils nécessaires:

■ **Contrôle de l'assortiment:** Grâce à un check succinct de votre gamme, découvrez en un clin d'œil les améliorations possibles.

■ **Recommandations d'assortiment:** Comparez votre gamme actuelle à nos re-

commandations personnalisées afin d'exploiter votre potentiel.

■ **Comparaison de produits:** Quand vous avez identifié où optimiser, vous pouvez comparer les produits entre eux.

■ **Maximiser le chiffre:** Tirez parti au mieux de votre gamme optimisée – par exemple par des offres spéciales. Ou améliorez la visibilité de votre établissement en réalisant facilement une carte des bières personnalisée.



Un plus grand choix pousse les clients à se laisser tenter par une nouvelle bière.



Créez votre carte des bières personnalisée.



*Pour une
St. Valentin
pétillante.*

Commander maintenant!



Swiss Nightlife Award

«C'est une plateforme idéale pour Carlsberg et son nouveau slogan»

Le 7 février, les meilleurs représentants de la vie nocturne helvétique seront primés pour la cinquième fois à Zurich. Carlsberg est le Presenting Partner du Swiss Nightlife Award. Lukas Porro, Head of Sponsoring & VIP Events chez Feldschlösschen, nous parle de la prolongation du contrat avec l'organisateur, des nouveautés et des avantages pour les restaurateurs.

Pourquoi Carlsberg a-t-il prolongé son contrat de Presenting Partner pour quatre ans?

Parce que le Swiss Nightlife Award réunit tous les acteurs de la vie nocturne helvétique. La marque Carlsberg, fortement ancrée dans cette vie nocturne, en fait aussi partie. Pour cette manifestation importante, nous avons avec Carlsberg la plateforme idéale pour rendre la marque perceptible dans un environnement qui lui correspond et lui donner plus de crédibilité. Carlsberg

était déjà de la partie lors de la remise des premiers Awards et a contribué à leur évolution avec l'organisateur.

Comment les clients restaurateurs peuvent-ils profiter de ce contrat de sponsoring?

Chacun de nos clients du monde de la nuit peut s'inscrire et, avec un peu de chance, participer à la communication et gagner en visibilité. Les clients qui ne sont pas candidats en profitent aussi, car Carlsberg devient une marque nocturne crédible par cet enga-

«Probably the best after-party in the world.»

gement et sa consommation augmente dans les établissements publics. Le nouveau slogan fera le reste.

Quel est ce nouveau slogan?

«Probably the best beer in the world.» Nous utiliserons le Swiss Nightlife Award pour en offrir un avant-goût. Nous verrons comment nous concrétiserons cette idée à l'avenir.

Cela éveille notre curiosité.

Venez le 7 février au «Komplex457» et laissez-vous surprendre! Juste ceci: l'es-



Il y a un an, Lukas Porro acceptait l'Award au nom du Zurich Openair pour Paul Kalkbrenner.

sentiel, c'est l'idée de service et même les figurants auront un rôle principal.

Quelles sont les autres nouveautés de la participation de Carlsberg au Swiss Nightlife Award?

Lorsque les portes du «Komplex457» s'ouvriront au public à 23 heures, il y

aura pour la première fois une after-party Carlsberg exclusive, probably the best after-party in the world. En plus, nous avons renforcé notre communication et offert une bouteille de Carlsberg de 3 litres à tous les nominés pour un Swiss Nightlife Award, en guise de félicitations.

www.swissnightlifeaward.com



Carlsberg est un poids lourd constant au Swiss Nightlife.



Le hibou est le prix remis aux Swiss Nightlife Awards.

Swiss Nightlife Award 2015

Le 7 février, les Swiss Nightlife Awards tant attendus seront remis au «Komplex457» de Zurich pour la cinquième fois, dans les catégories suivantes:

- **Events:** Best Event Serie, Best Event, Best Big Event
- **DJs:** Best Open Format DJ, Best House DJ, Best Electronica DJ
- **Locations:** The Most Original Nightlife Bar, Best Club, Best Big Club
- **Special Awards:** Best Festival, Best New Location, Lifetime Award

POUR PLUS DE PROFIT!



Commandez par Telesales 0848 80 50 10 ou sous www.myfeldschloessen.ch

easy
WINE

Hôtel Swiss Star à Wetzikon

L'hôtel d'affaires offre maintenant une grande salle, en plus du «Top of Wetzikon»

Reto Wüthrich a grandi dans une famille de restaurateurs zurichoïses – et donc avec la bière Hürlimann, comme il le dit lui-même. Il a repris il y a peu la direction de l'hôtel Swiss Star, ouvert en août 2012 à Wetzikon, et connaît déjà ses premiers succès.

Une salle polyvalente en février

Les spécialités gastronomiques de la maison sont servies dans le restaurant panoramique qui compte désormais 14 points Gault-Millau, au 6^e étage, ce qui en fait le «Top of Wetzikon», bien mis en évidence dans son logo.

L'hôtel quatre étoiles bénéficie aussi d'une classification en «hôtel à séminaires». Les salles de séminaire, bien équipées, affichent un bon taux de réservation, et seule manquait jusqu'alors une grande salle polyvalente. Cette dernière ouvrira en

février, juste à côté de l'hôtel. Reto Wüthrich dit: «Elle pourra accueillir jusqu'à 256 personnes avec des tables rondes, voire 530 pour les concerts.»

Des éloges pour Feldschlösschen

Reto Wüthrich se réjouit de pouvoir bientôt gâter ses clients avec des boissons Feldschlösschen dans la salle. «Je suis un client heureux depuis des années», affirme-t-il en louant les «conseils toujours exemplaires» de Feldschlösschen.

www.hotel-swiss-star.ch



Top of Wetzikon: Reto Wüthrich dans le restaurant panoramique du 6^e étage.



Reto Wüthrich lors de la transformation de la nouvelle salle.



Bien équipée pour la fête: voici la grande salle.



Colombe Geiser mise sur la diversité de bières proposée à L'Ange Bar.

L'Ange Bar à Alle

Colombe Geiser, cliente fidèle depuis 30 ans

Depuis 30 ans, Colombe Geiser est une cliente Feldschlösschen satisfaite. La patronne de L'Ange Bar à Alle dans le Jura a déjà géré cinq établissements, toujours en partenariat avec Feldschlösschen.

Même après plus de trois décennies, Colombe Geiser est impressionnée par l'accompagnement de son partenaire boissons: «La qualité s'écrit en majuscules dans tous les domaines chez Feldschlösschen», affirme-t-elle. Le partenariat avec Feldschlösschen lui donne «un sen-

timent de sécurité, car je sais qu'il y a quelqu'un qui m'aidera en cas de problème». Elle a donc lié des «relations amicales» avec de nombreux collaborateurs de Feldschlösschen depuis toutes ces années.

Nous la remercions de sa fidélité

Nous remercions Colombe Geiser pour son long et fidèle partenariat et lui souhaitons de continuer à avoir du plaisir, de la satisfaction et du succès dans la restauration.

SWISS PREMIUM SELECTION

NOUVEAU POUR
LA GASTRONOMIE
ET L'HÔTELLERIE
HAUT DE GAMME.



**COMMANDER
MAINTENANT!**
myfeldschloesschen.ch

SYMPATHIQUE. ECONOMIQUE. AUTHENTIQUE.

WWW.SWISS-PREMIUM-SELECTION.CH

Schweppes

Qualité préservée, nouveau design

La riche histoire de Schweppes a toujours été en lien avec sa qualité premium. Les nouvelles bouteilles en verre vont encore renforcer cet état de fait. Avec leurs capsules colorées, vous avez toujours la boisson rafraîchissante adaptée à vos clients à portée de main.



de Londres en 1851. Les visiteurs, venus du monde entier et par millions, voulaient rapporter cette eau miraculeuse chez eux. On peut encore admirer la fameuse fontaine de nos jours – sur le logo de Schweppes. Le nouveau design n'a touché à rien de ce qui a fait son succès. Dès février, Schweppes aura une nouvelle bouteille.

LE soda premium

Depuis plus de 230 ans, Schweppes est synonyme d'un goût exceptionnel et d'une qualité premium très élevée et constante. Le nouveau design permet de souligner encore davantage que Schweppes est LE soda premium pour adultes. En tant que restaurateurs, vous pouvez aussi en profiter.

www.schweppes.ch

En 1783, le bijoutier allemand Jacob Schuppe a réussi un tour de force inédit: produire de l'eau minérale gazeuse en grande quantité. Il ouvrit ainsi la voie à l'industrie du soda.

Bientôt dans tous les gosiers
50 ans après, son soda était dans tous les gosiers. Même celui de la reine d'Angleterre: en 1831, Schweppes devint fournisseur officiel de la Cour bri-

tannique. L'entreprise put alors faire sa publicité avec les armoiries royales.

Des ambassadeurs célèbres
Par la suite, Schweppes n'a cessé de surprendre, grâce à ses publicités originales et à ses ambassadeurs célèbres – par exemple, récemment, les stars hollywoodiennes Nicole Kidman et Uma Thurman. En 1851, Schweppes acquit une renommée mon-

Que ce soit dans un cocktail ou comme soda: Schweppes est synonyme de goût pour adultes et de qualité premium.

diale grâce à un marketing de génie, installant une immense fontaine à Hyde Park pour l'exposition universelle



Le nouveau design de la bouteille souligne la qualité premium de Schweppes.

En tant que restaurateur, vous pouvez aussi en profiter

- Grâce à l'étiquette transparente à l'avant, Schweppes réaffirme son statut premium.
- La forme de la bouteille en verre de 20 cl demeure inchangée, car très appréciée des clients suisses.
- Schweppes Indian Tonic, Bitter Lemon ou Ginger Ale: les capsules colorées vous aident à maintenir en ordre vos bacs réfrigérants.

Hôtel Eden im Park: le cadeau idéal pour la Saint-Valentin

Feuer und Flamme – un parcours gastronomique romantique en couple

À la Saint-Valentin, on offre un bon à son âme sœur, et une semaine plus tard, on fonce «tout feu tout flamme» pour un parcours gastronomique romanti-

que à l'hôtel Eden im Park à Rheinfelden. Après une séance de thalasso, le programme réserve encore un menu surprise flamboyant.

Les amateurs et les curieux se laissent régulièrement tenter par les «parcours gastronomiques» de l'hôtel Eden im Park. Le service agréable, l'atmosphère soignée et le menu à thème sonnent à l'unisson.

Le cadeau parfait

«Feuer und Flamme» est l'un des dix «parcours gastronomiques» proposés par le restaurant Makaan de l'hôtel Eden im Park. Il a été créé à l'intention des couples et est proposé aux alentours de la Saint-Valentin, le 21 février, ce qui fait de ce «parcours gastronomique» le cadeau de Saint-Valentin idéal pour l'âme sœur. Ensuite, on peut se réjouir, à deux, en attendant le parcours gastronomique.

Un succès foudroyant

«Le nom «Feuer und Flamme» a été choisi en référence à l'amour et au jour des amoureux, la Saint-Valentin», explique Walburga Kunz. Selon la patronne, le succès est foudroyant: «C'est la huitième fois que nous organisons l'événement et jusqu'à présent, il affiche toujours complet.»

La thalasso pour se mettre dans le bain

Avec «Feuer und Flamme», les amoureux se jettent d'abord à l'eau: «Pour se mettre dans le bain et plonger dans le regard l'un de l'autre, les couples participant au «parcours gastronomique» ont un accès exclusif à un bain thermal à 33 °C, au



Feuer & Flamme
Samstag, 21. Februar 2015, ab 17 Uhr



«Jusqu'à présent, l'événement affiche toujours complet.»

Walburga Kunz, patronne de l'hôtel Eden im Park à Rheinfelden

sauna et au hammam», dit Walburga Kunz.

Ensuite, d'après le flyer «Feuer und Flamme» de l'hô-

tel Eden im Park, un «menu romantique en quatre plats plein de surprises mijoté par la cuisine de l'«Eden» les attend.

Des couples de tous les âges

«Le cadre de cette soirée est très romantique, avec dîner aux chandelles», affirme Walburga Kunz. Des détails nul n'en saura davantage, car

après tout, «les amoureux devront être surpris le 21 février, à l'hôtel Eden im Park». La clientèle visée par ce parcours est, selon la patronne, «les couples de tous âges – des habitués, mais aussi des nouveaux clients». «Feuer und Flamme» coûte 92 francs par personne, et 10 francs de moins sans la thalasso.

www.hoteleden.ch

«Feuer und Flamme» commence dans le bain thermal.

Au bistrot avec Beat Schlatter

Croissant aux amandes et grosse déprime

Lieu:

Restaurant Frieden,
Wehntalerstrasse, Zurich.

Interlocuteur:

Heinz Kolb, restaurateur.

Beat: Lorsqu'un représentant entre dans ton restaurant, comment est-ce qu'un restaurateur peut le mieux s'en plaindre? **Heinz:** J'ai toujours des béquilles derrière le bar. Il rigole. Son portable sonne, il répond, parle vite et agréablement avec l'appelant et raccroche.

C'était Nöggi, le musicien, c'est un client fidèle ici.

Beat: Je l'ai vu récemment à l'AG de Hürlimann Bier SA. Il a perdu énormément de poids. Est-ce un bon signe pour un restaurateur lorsqu'un client fidèle maigrit autant? **Je mords dans un croissant aux amandes fait maison et pense que la perte de poids de Nöggi ne peut pas être due aux croissants, car c'est le meilleur que j'aie jamais mangé.** **Heinz:** Ce que le client mange importe peu, ce qui



Beat Schlatter (à g.) et Heinz Kolb du restaurant Frieden.

compte, c'est qu'il revienne toujours volontiers.

Beat: Pour en revenir aux plaintes: serait-ce utile pour un patron s'il y avait un cours sur les plaintes professionnelles? Les restaurateurs pourraient y apprendre à se plaindre auprès des représentants au sujet de nouvelles nappes, de meubles de jardin et bien d'autres choses

encore. Une astuce serait aussi de donner une chaise dont le pied se briserait juste quand le représentant s'assied. **Heinz:** Il y a déjà de telles astuces, mais les patrons les gardent pour eux.

Beat: J'ai encore une question un peu délicate: si un client arrive avec son chat mort et te demande de le lui préparer: le ferais-tu? **Heinz:** En aucun cas!

Beat: Pour des raisons éthiques ou parce que tu ne sais pas cuisiner du chat? **Heinz:** Je saurais comment cuisiner du chat ou du chien, ce n'est pas là le problème.

Beat: Et si le chat est amené par un client fidèle qui fête un anniversaire important? **Heinz:** Je ne le cuisinerais quand même pas. Je conseillerais au client de se rendre en Extrême-Orient.

Agenda présenté par MyFELDSCHLOESSCHEN.ch

La Muba et l'anniversaire de Feldschlösschen

• **Foire aux échantillons de Bâle:** en 2014, la Muba a attiré 164 000 visiteurs dans le plus grand espace d'exposition de Suisse. Cette année encore, du 6 au 15 février, on peut découvrir des myriades d'objets pour l'habitat, le quotidien, le jardin, la construction et la rénovation, la mode, la santé, le sport, le multimédia, les voyages, la culture, ainsi que l'alimentation et la boisson. Feldschlösschen y sera pour servir les visiteurs en boisson.

www.muba.ch

• **Anniversaire de Feldschlösschen:** Le 8 février 1876, la «Kollektivgesellschaft Wüthrich & Roniger Brauerei zum Feldschlösschen» ouvrait ses portes. C'est la date de fondation de la marque et de l'entreprise Feldschlösschen, qui fêtera ses 139 ans en février prochain. La première année, on brassa 3600 hectolitres de bière: c'était le début d'une success-story de l'entrepreneuriat suisse. www.feldschloesschen.com



LEXIQUE DE LA BIÈRE

W comme Würze (moût)

Le liquide sucré tiré du malt concassé s'appelle en brasserie le moût. Celui-ci est porté à ébullition avec le houblon dans la chaudière à moût, ou cuve. Ce procédé libère les substances aromatiques du houblon qui confèrent au malt le goût si typique de la bière. La teneur en sucre avant la fermentation (degré saccharimétrique) oscille entre 6 et 25 % selon les bières.



La BLAGUE du mois

Un Chinois dans une brasserie à Zurich commande une bière. Le sommelier lui amène une chope et la pose sur le sous-bock. Peu de temps après, le touriste chinois commande à nouveau une bière. Le sommelier lui amène une deuxième chope, mais le sous-bock a disparu. Alors, il en met un autre et y pose le verre. Après un moment, le Chinois commande sa troisième bière. Et le sous-bock a disparu à nouveau. Maintenant, le sommelier pose la chope directement sur la table. Et le Chinois demande: «Mais où biscuit?»



COMMANDEZ
MAINTENANT!

1128
+ GRIMBERGEN +
ABDIJBIER - BIÈRE D'ABBAYE