



SOIF

Le magazine de restauration de l'entreprise Feldschlösschen – www.journalsoif.ch
N° 11 | Novembre 2015



La restauration en ligne

Réussir à l'ère du Net

Page 10

Braufrisch

La nouvelle bière Feldschlösschen fait un carton au Smuggler's Pub

Page 9

Bière de Noël

La restauration profite de la mise en perche de la bière de Noël

Page 26



Prix net
1.33 au lieu de 1.63



EVE Litchi
24x0,275 VC caisse
Art. 10568



EVE Passion Fruit
24x0,275 VC caisse
Art. 10656

UN PRODUIT EXCLUSIVE
AUX RESTAURATEURS

Promotion de Noël

LE PLUS BEAU DES CADEAUX

*Pommery Brut Silver:
Le champagne pour les fêtes
à un prix imbattable*

THE
BOTTLE
VIN A PARTAGER

150 cl
99.90
AU LIEU DE
109.00
N° D'ARTICLE
13597

75 cl
29.90
AU LIEU DE
42.50
N° D'ARTICLE
12213



Offre valable du 1 au 30 novembre 2015

Dans la limite des stocks disponibles au
0848 805 010 ou sur www.myfeldschloessen.ch

Éditorial

Nous vous soutenons aussi sur Internet



Chères lectrices, chers lecteurs,

Avoir des contacts privilégiés avec nos clients restaurateurs est un élément central du partenariat Feldschlösschen. Votre Sales Manager est toujours à votre écoute. Mais Feldschlösschen vous soutient aussi sur Internet: spécialement pour vous, nous avons conçu l'App de contrôle du niveau des fûts «myBeer» et la plateforme en ligne myfeldschlösschen.ch. De plus, nous proposons à nos clients restaurateurs une newsletter avec des actions exclusives tous les mois. À partir de la **page 10**, découvrez comment vous pouvez tirer parti de ces outils pour faciliter votre quotidien et augmenter vos ventes.

Depuis quelques semaines, Feldschlösschen Braufrisch est aussi disponible pour la restauration. À peine arrivée, cette mise au goût du jour d'une bière lager traditionnelle remporte déjà un franc succès dans de nombreux établissements. En **page 9**, Daniel Aufranc, gérant de pub, explique pourquoi il ne jure plus que par cette bière pression non filtrée.

Cette édition de SOIF vous propose aussi de gagner des prix exclusifs en participant au concours en **page 21** et au tirage au sort en **page 25**. Avec un peu de chance, vous remporterez une machine à café Nescafé Milano 2.0 pendant un an ou un séjour au Festival de l'humour d'Arosa en décembre.

Frédéric Bertholier, Area Sales Director
Suisse romande

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

Daniela Fernández

Responsable rédactionnelle

Daniela Fernández

Annonces

durst@fgg.ch

Daniela Fernández

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 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, André Springer, Shutterstock, Feldschlösschen



imprimé en suisse



Musique populaire 16



Mise en perce de la bière de Noël 26



La restauration à l'ère du Net 10



Schneider Weisse Aventinus

La bière idéale pour les froides soirées d'hiver

La **Schneider Weisse Aventinus** est brassée depuis 1907, ce qui en fait la plus ancienne bière blanche forte double de Bavière. Cette bière gouleyante, avec sa robe rouge rubis sombre, semble taillée sur mesure pour les grands moments des soirées d'hiver. Son goût charpenté combiné à sa douceur maltée lui confère de la profondeur – une combinaison idéale, parfaite et douce! La Schneider Weisse Aventinus (TAP 6), avec une forte teneur en alcool de 8,2%,

est intense et pleine de feu, chaude, équilibrée et souple. Au palais, elle distille en premier lieu des notes de banane, de pruneau et de raisins secs.

Cette bière blanche convient parfaitement aux plats rustiques, aux viandes en sauce, mais aussi aux desserts.



Commander maintenant!

2.36 CHF
la bouteille

Schneider Weisse Aventinus
Art. 10025 20x50 cl VC verre

www.myfeldschloesschen.ch



SAVOIR DE LA BIÈRE



FELDSCHLÖSSCHEN ACADEMY

Saviez-vous que la bière contient moins de calories mais plus de vitamines que le vin rouge?

Astuce du mois

Dans la rubrique Formation/ Centre de connaissances de myfeldschloesschen.ch, vous découvrirez de nombreuses choses à savoir sur la bière. Fort de ces nouvelles connaissances, vous démontrerez à vos clients votre compétence et les impressionnerez ainsi.



VIN DU MOIS

Carmenère Reserva QUASAR

Le **Carmenère Reserva** est un vin charmant et typé au généreux bouquet de pruneaux, de cacao et de tabac. Au palais, on remarque des notes fruitées de griottes et de framboises, soulignées par un fumet de chêne grillé.

Accompagne idéalement...

Le Carmenère Reserva accompagne idéalement la cuisine asiatique, surtout les plats de viande.

«THE BOTTLE» – Food & Wine:

www.bottle.ch



Commander maintenant!

13.90 CHF

la bouteille

Carmenère Reserva
Art. 11751
6x75cl VP carton

www.myfeldschloesschen.ch



Idéal pour les soirées d'hiver: Espresso Volcano.

Plaisir du café

Espresso Volcano

Une boisson chaude aux épices ardentes et à la robe élégante: voici la combinaison idéale pour réchauffer les soirées d'hiver au coin du feu. Nous vous recommandons Espresso Volcano – vos clients vont l'adorer!

Espresso Volcano: the hot and only

Ingédients: 1 espresso, 15ml de lait condensé, 1 morceau de zeste d'orange, 1 pincée de poivre de Cayenne

Préparation: verser le lait concentré dans un verre à grappa (à pied), ajouter le poivre de Cayenne, mettre le zeste d'orange dans un petit pot et y préparer l'espresso. Verser ensuite délicatement l'espresso dans le verre avant de savourer un moment de plaisir pimenté et fruité.

Retrouvez d'autres recettes sur: www.nescafe-solutions.ch

Opération «Fricktal propre»

Feldschlösschen au Clean-up Day

Dans le cadre du Clean-up Day 2015, les communes du Fricktal ont mené plusieurs opérations afin de sensibiliser au problème du littering. Le 9 septembre, des collaborateurs Feldschlösschen ont participé au ramassage des débris lors de l'opération «Fricktal propre». Avec l'aide de 120 enfants de l'école primaire de Rheinfelden et armés de sacs-poubelles, de pinces à déchets, de gants et de gilets de sécurité, ils ont fouillé buissons, haies, rues et chemins. Après quoi, les braves ont été récompensés de leurs labeurs par des boissons sans alcool offertes par Feldschlösschen.

Contre le littering et pour une Suisse propre

Avec le Clean-up Day, le GI «Environnement propre» s'engage contre le littering et pour une Suisse propre. Dans nombre de communes, le littering engendre des coûts de nettoyage supplémentaires.



Les collaborateurs Feldschlösschen et les écoliers ramassent des débris pour le Clean-up Day.

Jägermeister

La star de l'exportation allemande

La recette du «Jägermeister» date de 1934. Aujourd'hui, la liqueur aux herbes allemande est une marque mondiale, exportée dans plus de 100 pays. La bouteille légendaire du Jägermeister est connue partout pour son look, car l'étiquette avec le texte et la tête de cerf St. Hubert n'a été que peu modifiée au cours des 80 dernières années.

Jägermeister se boit pur ou en cocktail et est aussi disponible en bouteille à l'unité.



Commander maintenant!

21.65 CHF

la bouteille

Jägermeister 35%
Art. 10565 6 x 70 cl VP verre

www.myfeldschloesschen.ch



Bière riche

Tartelettes à la confiture d'oignons

Une belle confiture d'oignons convient particulièrement à l'hiver. En amuse-gueule avec une bière, par exemple combiné avec un fromage corsé sur une pâte feuilletée.

Confiture d'oignons

INGRÉDIENTS POUR ENV. 8 PORTIONS: 3 oignons en fines lamelles, 3cc d'huile d'olive, 2,5dl de vin rouge, 3cs de sucre, 4 brins de thym, sel, poivre.

PRÉPARATION: faire fondre les oignons à l'huile d'olive (sans brunir). Ajouter la moitié du vin rouge, laisser entièrement évaporer. Ajouter sucre, thym, sel et poivre. Cuire cinq minutes. Ajouter le reste du vin rouge en remuant.

Rhäzüns

Source minérale, source d'intérêt

La source minérale de Rhäzüns a invité des membres des autorités communales de Rhäzüns, Rothenbrunnen et Bonaduz à une visite. Les invités étaient impressionnés par la visite

et ont passé la soirée autour d'un apéro convivial. Un point fort fut la nouvelle machine d'étirage-soufflage qui fabrique des tubes en PET et les transforme en bouteilles de 50 ou 150cl.



Intéressés, les invités visitent la source minérale de Rhäzüns.

CHIPS DU TERROIR !

NOUVEAU

À l'origine, il y a plus de 50 ans, les premières chips Zweifel étaient préparées dans une friteuse à main, dans une ferme de Katzenrüti (ZH). À l'époque, elles étaient un peu plus épaisses et donc plus rustiques par leur goût. Notre toute dernière création, les Chips du Terroir sont, comme jadis, coupées en tranches légèrement plus épaisses et finement assaisonnées. Des chips qui nous rappellent nos débuts.



Nous faisons tout pour produire les meilleures chips.

Z
ZWEIFEL

LES PROS
DES CHIPS

 zweifelchips

[zweifel.ch/gastro](https://www.zweifel.ch/gastro)



LA BOISSON DU MOIS

Grâce au «Moscow Mule», la vodka russe vit son rêve américain

Le «Moscow Mule» est un cocktail avec une histoire comme seul le pays où tout est possible en connaît. C'est en effet ce cocktail qui a permis à la vodka de connaître un succès fulgurant.

Le pouvoir du mélange

En 1941, la vodka et la limonade au gingembre étaient encore inconnues aux USA et les deux distributeurs se sont retrouvés pour chercher des solutions. Il est probable que la vodka ait coulé à flots, et le temps passant, l'inspiration est venue: on a ajouté de la limonade au gingembre à la

tournée suivante. La boisson a immédiatement plu et a été baptisée «Moscow Mule». Le cocktail devait frapper aussi fort qu'une mule en ruant (angl. «mule»). Et c'était le cas. Il n'a pas fallu longtemps pour qu'il fasse fureur dans tout le pays.

La douceur du Ginger Ale

Schweppes Ginger Ale les a aidés à créer un «Moscow Mule» au goût de gingembre discret. Pour varier un peu, on peut remplacer la tranche de citron par une tranche de citron vert ou d'orange.

Ingédients: 60 ml de vodka, 2 petits citrons (en quartiers), Schweppes Ginger Ale, 1 tranche de citron

Préparation

Remplir le verre de glace à mi-hauteur. Presser les citrons sur la glace et ajouter la tranche de citron. Ajouter la vodka et remplir de Ginger Ale.



Promotion sur Schweppes Ginger Ale du 9.11. - 20.11.

PROFITEZ-EN MAINTENANT!

Commander maintenant!

1.09 CHF
au lieu de 1.19 CHF

la bouteille

Schweppes Ginger Ale
Art. 10013
30 x 0,20 caisse
VC verre

www.myfeldschloesschen.ch



www.feldschloesschen-fanshop.ch

Tout à portée de clic avec le nouveau fanshop

Sur notre nouveau fanshop en ligne, vous trouverez des vêtements cools, de beaux verres, des couteaux affûtés et bien plus encore. Faites-y un tour, la gamme de merchandising autour de nos marques vaut le détour!

Feldschlösschen est un pilier de la tradition suisse ancré dans le présent. Les vêtements, verres et gadgets que l'on peut acheter dans notre fanshop de Rheinfelden sont donc d'autant plus appréciés.

Une présentation claire

Les sets de jass Feldschlösschen, les foulards Eve, les vestes d'hiver Carlsberg, la casquette Cardinal et bien plus encore: tous nos articles sont présentés clairement sur notre nouveau fanshop, et vous pouvez les commander

tranquillement depuis chez vous.

De nombreuses idées de cadeau

Jusqu'à présent, il fallait chercher les articles de merchandising des différentes marques sur leurs sites; désormais, vous avez tout à portée de clic sur le nouveau fanshop en ligne.

Rendez-vous sur la page d'accueil pour parcourir notre vaste gamme. Et à l'approche de Noël, cela vous donnera sûrement des idées de cadeaux!

Flambant neuf: le nouveau fanshop Feldschlösschen en ligne.

www.feldschloesschen-fanshop.ch



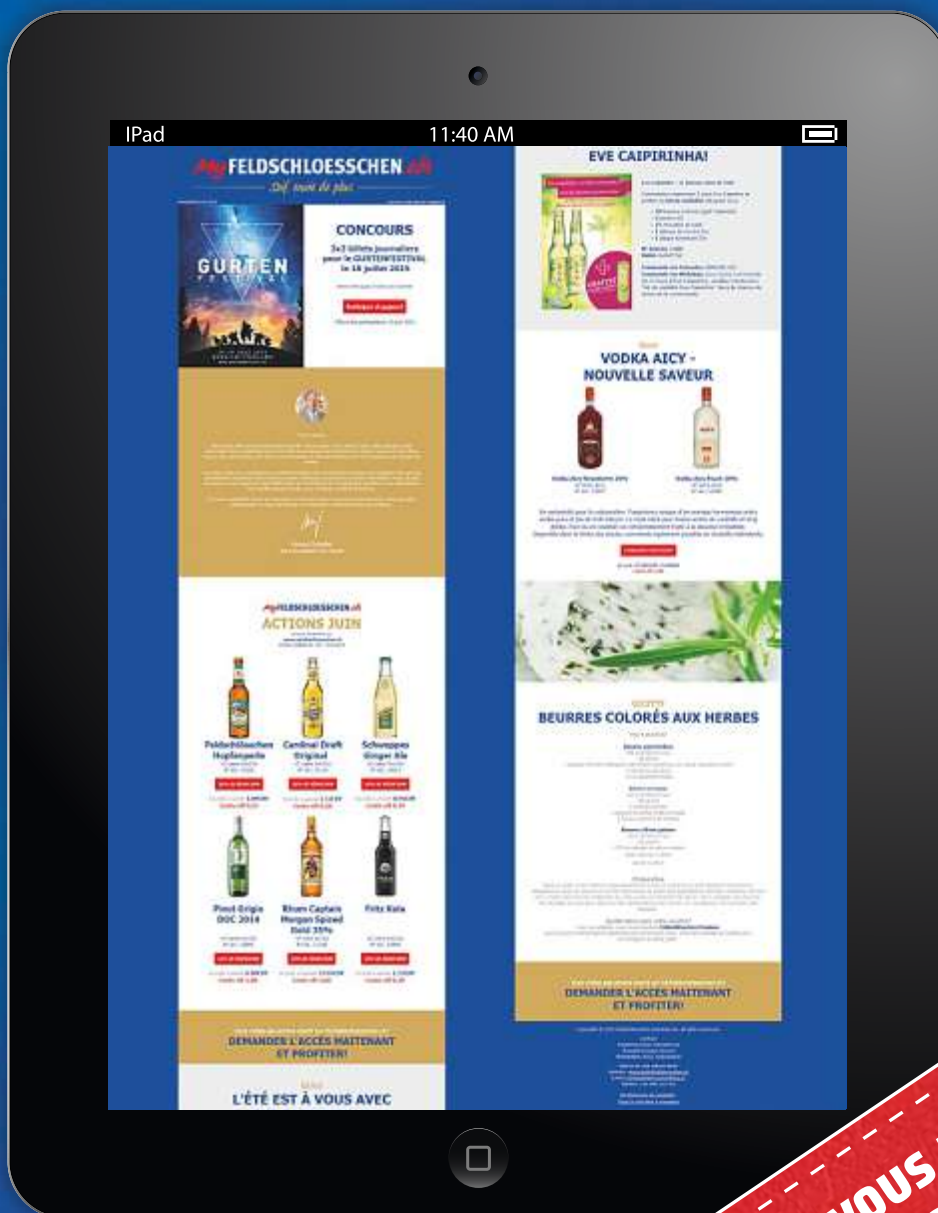
NEWSLETTER

MyFELDSCHLOESSCHEN.ch

Soif, envie de plus

En tant que client restaurateur, vous bénéficiez en exclusivité des avantages suivants:

- Offres attractives
- Tendances actuelles
- Nouveautés produits
- Concours fantastiques
- Conseils utiles
- Inspirations culinaires



ABONNEZ-VOUS MAINTENANT!
www.myfeldschloesschen.ch

Interview avec Daniel Aufranc, gérant de pub à Oberwil:

«Feldschlösschen Braufrisch est un atout pour la restauration»

Daniel Aufranc propose en tout 27 bières différentes à ses clients du Smuggler's Pub. La dernière nouveauté de son fournisseur Feldschlösschen l'enchanté véritablement: «Feldschlösschen Braufrisch est d'emblée un franc succès.»

Daniel «Däni» Aufranc est un amateur de bière. Lorsque la Feldschlösschen Braufrisch a été commercialisée au détail en mars, le Bâlois l'a immédiatement essayée et adorée. «Cette bière naturelle trouble est bien typée et a un très bon goût. Mais elle se boit aussi facilement qu'une bière lager», affirme le gérant du Smuggler's Pub à Oberwil.

Les clients réclamaient la Braufrisch

Les clients de Daniel Aufranc ont aussi apprécié la nouvelle bière: «Ils étaient nombreux à me demander pourquoi mon pub ne servait pas de Feldschlösschen Braufrisch. Tout comme moi, ils déploieraient que la Braufrisch ne soit disponible que dans le commerce de détail.»

De bonnes ventes

Depuis le mois de septembre, la nouvelle Feld-

schlösschen Braufrisch existe aussi à la pression au Smuggler's Pub et dans de nombreux autres établissements. Daniel Aufranc témoigne: «Dans notre pub, les ventes ont été bonnes dès le premier jour.»

Un goût rafraîchissant

Feldschlösschen Braufrisch est le fruit du travail des jeunes maîtres-brasseurs du Château. Elle remet au goût du jour une bière classique, ses notes maltées et caramélisées ainsi que sa légère amertume houblonnée lui conférant un goût rafraîchissant.

Du matériel publicitaire sympa

Vous souhaitez aussi profiter du grand succès de la Feldschlösschen Braufrisch en proposant à vos clients cette bière non filtrée unique à la pression? Si vous commandez Feldschlösschen



Braufrisch dès à présent, nous vous offrons du matériel publicitaire pour accroître encore davantage votre chiffre. De plus, vous profitez de l'image jeune de Feldschlösschen Braufrisch grâce à son marketing moderne sur Internet et à la télé centrée sur nos jeunes maîtres-brasseurs.

À peine lancée et déjà encensée

Le lancement du produit

est encore récent, mais pour Daniel Aufranc et de nombreux autres restaurateurs, c'est déjà évident: «Feldschlösschen Braufrisch est un atout net pour la restauration.»

www.braufrisch.ch

www.smugglers-pub.ch

Feldschlösschen Braufrisch complète le grand choix de bières: Daniel Aufranc pose derrière les robinets à pression.



Les jeunes maîtres-brasseurs du château ont conçu la Feldschlösschen Braufrisch.

Nouveauté restauration: Feldschlösschen Braufrisch



Commander maintenant!

3.67 CHF
par litre

Feldschlösschen Braufrisch
Art. 14529 fût de 20 litres

www.myfeldschloesschen.ch



Newsletter, myfeldschloesschen.ch et l'App de contrôle du niveau des fûts «myBeer»

Feldschlösschen facilite aussi votre

Nos Sales Managers sont toujours à votre écoute et vous conseillent volontiers. En tant que partenaire boissons, Feldschlösschen a aussi conçu des outils informatiques pour vous faciliter la tâche et vous transmettre des informations pour augmenter votre chiffre: la plateforme myfeldschloesschen.ch, la newsletter mensuelle et l'App de contrôle du niveau des fûts «myBeer» sont des offres réservées à nos clients restaurateurs.



La première page de la newsletter de septembre 2015.

Newsletter Chaque mois des offres exclusives

Grâce à la newsletter mensuelle de myfeldschloesschen.ch, vous restez à la page en tant que restaurateur. En vous abonnant, vous pourrez profiter régulièrement d'actions et de réductions intéressantes qui ne se trouvent nulle part ailleurs.

Des nouveautés et des astuces

Mais la newsletter ne s'arrête pas là. Notre but est de vous transmettre, mois après mois, les informations nécessaires pour réaliser de bons chiffres. Ainsi, vous trouverez en plus dans la newsletter...

- ... les nouveautés sur les produits et services,
- ... des astuces sympas et de nombreuses choses à savoir et
- ... des petites recettes pour trouver l'inspiration nécessaire pour surprendre vos clients.

Des concours avec des prix exclusifs

La newsletter myfeldschloesschen.ch contient un concours sympa qui vous permet de gagner des prix exclusifs.

S'abonner

Si vous ne l'avez pas encore fait, vous pouvez vous rattraper et vous abonner à la newsletter sur myfeldschloesschen.ch. Tirez parti de cet outil unique que nous proposons en exclusivité à nos clients restaurateurs. Chaque mois, la newsletter vous permet de faire des économies et vous facilite la tâche.

App primée Fût vide – myBeer sonne l'alarme



L'App «myBeer», de son nom complet «M2M mybeer automatic tank fill solution».

Manfred Weiss, Service Director Feldschlösschen, a fourni le concept sur la base duquel Swiss1mobile a réalisé l'App «myBeer»: créée spécialement pour la restauration et l'hôtellerie, l'App mesure le niveau de remplissage, la température et la pression du fût grâce à une sonde. Un dispositif de communication doté d'une carte SIM (la solution M2M de Swisscom) envoie les données aux appareils voulus. L'App informe directement le client et Feldschlösschen et déclenche une commande automatique afin d'optimiser la livraison. En tant que restaurateur, vous pouvez aussi programmer l'App pour effectuer les commandes manuellement.

Moins de travail grâce aux fûts GTS

L'App a été développée pour iOS et tourne sur iPad. Pour les clients équipés de cuves GTS (500l ou 1000l), elle réduit considérablement le travail – plus besoin d'aller vérifier le niveau du fût à la cave. En cas de problème, le client a également accès au diagnostic à distance. À partir de cet automne, l'App «myBeer» prend du service et la plupart des cuves GTS sont déjà compatibles. En février 2014, l'App avait déjà été primée au M2M Challenge européen dans la catégorie «Mobility».

tâche de restaurateur sur Internet

myfeldschloessen.ch Commander des produits, trouver des actions et obtenir des astuces utiles

Sur la plateforme pour la restauration myfeldschloessen.ch, vous trouverez tout ce qui vous facilite le quotidien et vous aide à faire des économies et augmenter votre chiffre. Sur l'e-shop, vous pouvez commander des produits en quelques clics – à toute heure, partout et auprès du même fournisseur! Mais la plateforme a bien plus à offrir, par exemple:

- **Des actions et des promotions** personnalisées en fonction de votre établissement
- **Des trucs et des astuces** pour faire encore plus de chiffre
- **Du matériel publicitaire et les indications** pour en tirer le meilleur parti
- **L'analyse** de votre offre et des suggestions pour l'optimiser
- **Des services** tels que la gestion des déchets
- **Des promos Hitflash** et **SOIF** au format électronique.

La Feldschlösschen Academy regorge de conseils pour faire du chiffre

Un professionnel avisé en vaut deux, c'est pourquoi la Feldschlösschen Academy est un élément central de myfeldschloessen.ch. Formez-vous en même temps que votre personnel! La Feldschlösschen Academy traite des sujets comme «Connaissance du produit bière», «La bière parfaite» ou «Vente active».



La plateforme myfeldschloessen.ch, accessible aux restaurateurs à toute heure et de n'importe où.



Feldschlösschen Academy, des astuces pour améliorer le service, cartes des bières à personnaliser et un e-shop (depuis la g.) sur myfeldschloessen.ch



Manfred Weiss, Services Director Feldschlösschen (devant, au centre), est récompensé avec ses collègues de swiss1mobile, Swisscom et Feldschlösschen.



Le client s'identifie sur l'iPad et peut surveiller de n'importe où, n'importe quand.

EXPLORE THE EXTRAORDINARY.




GUINNESS
MADE OF MORE™

PLEASE ENJOY GUINNESS SENSIBLY.
The GUINNESS word and HARP device are trade marks. © Guinness & Co 2015.

www.guinness.com

Le «Krone 94» à Willisau

Pub sur Internet et actions en ligne

Le Krone94, lieu de sortie par excellence, fait exprès de ne pas proposer d'accès public à Internet. Pourtant, l'équipe du Krone94 mise sur Internet en coulisses: elle s'informe par la newsletter, utilise la plateforme pour restaurateurs et l'App de Feldschlösschen et multiplie ses pubs sur Facebook.

Il y a cinq ans, lorsque le local du club de motards «Iron Drivers» a dû être remis à un discounter, son président Peter Steinmann et ses membres ont fondé la Krone 94 Sàrl, qui possède et gère aujourd'hui cet établissement traditionnel à Willisau.

Des outils Feldschlösschen
Peter Steinmann travaille dans la pub en ligne. Il utilise donc les divers outils de son partenaire boissons Feldschlösschen pour s'informer et pour faciliter son quotidien:

- **Newsletter:** «Je me suis immédiatement abonné à la newsletter de Feldschlösschen. J'y trouve chaque mois des offres exclusives et des astuces intéressantes.»

- **myfeldschloessen.ch:** «Je m'informe régulièrement des actions et des promotions sur la plateforme restauration de Feldschlösschen. Je peux aussi y commander des produits

et du matériel promotionnel pour démarquer notre établissement, ou même le créer moi-même, depuis mon bureau et à toute heure.»

- **App «myBeer»:** «J'ai fait une adaptation technique de nos deux fûts à Cardinal de 1000 litres afin de

«Je trouve chaque mois dans la Newsletter de Feldschlösschen des offres exclusives.»

Peter Steinmann

pouvoir utiliser l'App «myBeer». Ainsi je sais toujours combien de bière il reste ainsi que sa température, où que je sois. Je peux aussi y passer commande.»

Pub sur Facebook

Peter Steinmann et son équipe utilisent surtout les outils de Feldschlösschen pour s'informer. La communication avec les clients se

fait sur le site Internet de l'établissement et surtout sur Facebook. «À la campagne, les restaurateurs n'en font souvent pas assez en ligne», dit-il. C'est une véritable chance, «car si tu postes tous les jours sur Facebook, on parle de toi, et la plateforme permet de multiplier la pub».

Événements et bière du mois

Ce professionnel d'Internet mélange et partage plusieurs comptes pour atteindre le plus de monde possible. Il cite un exemple: «Le prospectus de notre soirée motards a été affiché 20 000 fois sur Facebook, et cela ne m'a rien coûté, sauf un peu de temps.»

La bière du mois et les événements spéciaux sont aussi annoncés sur Facebook et tous les deux mois, Peter Steinmann publie sur les réseaux sociaux un prospectus avec de la publicité Cardinal.

Convivialité plutôt que wi-fi

Aucun doute, le «Krone 94» à Willisau est bien relié à la toile, mais Peter Steinmann et son équipe ne fournissent délibérément pas de réseau wi-fi à leurs clients. Pourquoi? «Les gens viennent chez nous pour sortir et profiter de la convivialité de nos tables communautaires. Il y a d'autres endroits pour bidouiller sur ses gadgets technologiques.»

www.krone94.ch



Ce professionnel d'Internet s'informe sur myfeldschloessen.ch (haut), manipule l'App «myBeer» (centre) et vérifie que tout se passe bien à la cave à droite.



Peter Steinmann sirote une Cardinal au «Krone 94».



Une pub pour un pot à la Hoegaarden sur la page Facebook du «Krone 94».

DÉCOUVREZ LA SAVEUR LÉGENDAIRE DES BIÈRES D'ABBAYE GRIMBERGEN



SPÉCIALITÉ D'HIVER*

BLONDE

NOËL

BLANCHE

+ GRIMBERGEN +
BIÈRE D'ABBAYE - ABDIJBIER
1128

*Grimbergen Noël est une bière spéciale limitée qui pouvait être commandée jusqu'en septembre. Par conséquent, nous ne réceptionnons plus aucune commande pour 2015. En revanche, vous pouvez commander Grimbergen Blonde et Grimbergen Blanche toute l'année. Vous trouverez de plus amples informations sur nos produits à l'adresse www.grimbergen.ch

Variétés branchées de la vallée de Rauch.



Action sur les prix
dans le HITFLASH N° 1119
2015 sur tout l'assorti-
ment des produits
RAUCH

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 & nature. Depuis 1919.



Remo Fehlmann, directeur de Gastrosuisse

«Mieux vaut se concentrer sur une chose qu'être partout à la fois»

En tant que restaurateur, ai-je besoin d'un site Internet? D'offrir à mes clients un accès à Internet gratuit? Quelles règles s'appliquent en matière de technologie numérique? Remo Fehlmann, Directeur de Gastrosuisse, répond à toutes ces questions.

Remo Fehlmann, en termes de marketing en ligne, la restauration suisse a eu longtemps du retard. Est-ce que ça s'est amélioré?

Je vais être franc: le gouffre entre ceux qui font ça très bien et ceux qui ne font rien s'est encore creusé. Aujourd'hui, ce sont surtout les petites entreprises qui ne maîtrisent pas encore cet outil. Nous leur venons en aide en proposant l'évaluation de leur site.

Avoir un site Internet est donc une nécessité?

Il faut se demander si le jeu en vaut la chandelle. Cela n'a d'intérêt que si l'hôte communique par ailleurs avec le client en ligne, par e-mail, par newsletter...

Un site qui n'affiche que les horaires d'ouverture est donc superflu?

Le client visitera-t-il un site rien que pour ça? À mon avis, il vient plutôt pour réserver. L'important, c'est le temps de réponse: si je réserve le dimanche, je ne veux pas attendre mardi pour la confirmation à cause des jours de fermeture. Là, il est judicieux d'automatiser le processus.

Que faut-il encore savoir à propos des sites?

Il doit être alléchant, et les images authentiques! Il faut mettre l'accent sur les spécialités. Des témoignages crédibles sont aussi bons à prendre. On peut aussi faire preuve d'originalité et aller à l'encontre des conventions

pour surprendre. L'essentiel, c'est de se faire une place en première page sur Google.

«On peut faire preuve d'originalité, aller à l'encontre des conventions.»

Remo Fehlmann, à propos du site Internet

Puisqu'on en vient au marketing sur Google, on ne peut plus faire l'impasse sur les experts.

Notre évaluation de site en tient compte. Selon comment l'on se débrouille, il peut être utile de faire appel à un pro. On peut définir soi-même les grandes lignes du site, mais pour un site digne de ce nom, il faut investir un peu d'argent.

Quelles autres actions en ligne recommandez-vous?

C'est toujours la même question: comment attirer des visiteurs? Newsletter, Facebook et flyers facilitent la mise en œuvre. Si le tout est cohérent, l'impact n'en est que plus grand.

Le Wi-Fi fait toujours débat. Sait-on combien d'entreprises proposent ce service?

Non. Mais à en croire mon fils, pas assez. De nos jours, être connecté en permanence ne dépend plus de la génération. On travaille de plus en plus dans les espaces publics. Il faut se demander à quelle clientèle l'on s'adresse. Le Wi-Fi n'est pas indispensable. Je comprends que des entreprises pré-

fèrent favoriser la détente et ne proposent donc volontairement pas de Wi-Fi.

Mais on doit prendre la décision en connaissance de cause...

Oui et après, tout repose sur une bonne communication. Si l'on s'y refuse sciemment et qu'on l'annonce d'emblée, c'est tout à fait légitime.

Si l'on propose un service Wi-Fi, doit-il être gratuit?

Chacun devrait pouvoir décider. Comme la gratuité du Wi-Fi est coutumière, on s'épargnera bien des justifications si on l'inclut dans le prix. Si l'on investit raisonnablement, on peut calculer son budget de sorte que le coût par client soit minime.

«Si l'on s'y refuse sciemment et qu'on l'annonce d'emblée, c'est légitime.»

Remo Fehlmann à propos du Wi-Fi

Comprenez-vous les restaurateurs qui refusent tout bonnement d'aborder le sujet?

Je recommande à chacun de peser au moins l'importance du sujet pour ses clients. Au final, c'est toujours la même chose: comment la technologie va-t-elle jouer un rôle d'accélérateur en ma faveur? Peut-être qu'elle me permettra d'accélérer le service le midi. Employée à bon escient, la technologie est un atout.



Remo Fehlmann (47), nommé directeur de Gastrosuisse au printemps, a auparavant dirigé pendant 15 ans l'hôtel-séminaire Sempachersee de Nottwil.

Un dernier conseil pour nos lecteurs?

Agir moins pour agir mieux. Mieux vaut se concentrer sciemment sur quelque chose qu'être partout à la fois. Ne pas trop investir au départ, il vaut mieux pouvoir adapter les ressources selon les besoins. Ça vaut pour le site web, les nouveaux médias, le Wi-Fi et le reste. Les médias numériques ne font pas tout, il faut un humain derrière. Car à la prochaine visite, c'est lui qui devra convaincre le client.

www.gastrosuisse.ch

Fête fédérale de musique populaire à Aarau

Feldschlösschen rassemble les conseillers

Ueli Maurer sirotait allègrement une Feldschlösschen Original, son collègue Alain Berset se laissait gagner par le plaisir des musiciens populaires. Et comme les deux conseillers fédéraux, 100 000 visiteurs se sont rués vers Aarau à la mi-septembre pour la Fête fédérale de musique populaire.

Christine Egerszegi, Présidente du CO et conseillère aux États, dresse un bilan positif: «Nous sommes satisfaits du déroulement du festival.»

Parade avec attelage à six

Fidèle à son rôle de partenaire principal, Feldschlösschen a livré les boissons et contribué grandement à la logistique de la fête. Lors de la parade de clôture, l'attelage à six Feldschlösschen était une véritable attraction.

www.aarau2015.ch



Christine Egerszegi, présidente du CO, avec les conseillers fédéraux Alain Berset (en haut à g.) et Ueli Maurer (en bas à d.), et une Feldschlösschen (en bas à g.). Ueli Maurer se rafraîchit avec une Feldschlösschen Original (en haut à d.).



La Fête de musique pop...



L'attelage à six Feldschlösschen lors de la parade.



Monika Kälin et Fritz Künzli (en bas à d.) savourent une Feldschlösschen, comme des milliers d'au...



Pentathlon des forestiers à Isonne

Schneider Weisse pour les bûcherons artistes

Beau temps, plus de 5000 visiteurs et de nombreuses sculptures sur bois impressionnantes: le 25^e «Pentathlon del boscaiolo» (Pentathlon des forestiers) à Isonne a rencontré un franc succès en septembre dernier. Les bûcherons ont créé des

sculptures impressionnantes, et il y avait des concours sympas pour les enfants.

Une première tessinoise

À Isonne, ce fut une première pour le Tessin: en qualité de partenaire boissons de la manifestation, Feldschlösschen

a installé pour la première fois en Suisse méridionale une brasserie en plein air Schneider Weisse. Une fois le travail accompli, les bûcherons se sont rafraîchis, tout comme les nombreux visiteurs, avec une bière de froment bavaroise.



Une fois le travail accompli, les bûcherons se sont rafraîchis avec une bière de froment bavaroise.



fédéraux



populaire, haute en couleurs, de nuit.



autres amateurs de musique populaire.



chis dans la brasserie en plein air



Le HC Sensee Future reçoit le chèque d'Original Dzodzet pour son projet avec des enfants handicapés.

Soirée Cardinal à Fribourg

Slava Bykov, Cardinal et un chèque pour les enfants

Près de 300 invités se sont rendus à la Soirée Cardinal qui s'est tenue dans la tente des fans du HC Fribourg Gottéron, dont de nombreux clients restaurateurs, et des célébrités locales dont la légende du hockey sur glace Slava Bykov.

La Cardinal fortement ancrée

La Soirée Cardinal a une longue tradition. Son but est de réunir les Fribourgeois et de démontrer le fort ancrage local de la marque Cardinal, ce qu'a relevé le PDG de Feldschlösschen, Thomas Amstutz, dans son discours.

Un chèque pour Sensee Future

Cardinal est sponsor du HC Fribourg Gottéron et soutient aussi l'action «Original Dzodzet». Le vainqueur du dernier concours de projet est le HC Sensee Future, qui permet aux enfants handicapés de jouer au hockey et qui a reçu un chèque de 5000 francs à cette fin.



Jo Mettraux en personne sur la scène de la tente des fans.



Thomas Amstutz, PDG Feldschlösschen, pendant son discours.



Des invités joyeux à la Soirée Cardinal.



La légende du hockey Slava Bykov (à d.) et Klaus Peter Mager, initiateur d'Original Dzodzet.

LA TRADITION SUISSE DANS LA BOUTEILLE À FERMETURE MÉCANIQUE



ESSAYEZ-LA MAINTENANT!

FELDSCHLÖSSCHEN
N° A01876

NATURFRISCH

FELDSCHLÖSSCHEN
NATURFRISCH
ALC. 5.0% VOL.
BELEBEND, SÜFFIG UND HERRLICH TRÜB

NATURFRISCH
TOUT LE PLAISIR D'UNE BIÈRE TROUBLE

FELDSCHLÖSSCHEN

BÜGEL

FELDSCHLÖSSCHEN
BÜGEL
ALC. 4.6% VOL.
SEHR WÜRZIG UND WOPFENROHMTEICH

BÜGEL
LA LAGER PLEINE DE CARACTÈRE



UNE BIÈRE AVEC HACHER BERNET

«Nous voulons un partenariat durable avec **Feldschlösschen**»



HACHER BERNET, DIRECTEUR DE KLOSTERS-MADRISA BERGBAHNEN AG (À G.) ET IVO FREI, REGIONAL SALES MANAGER SUISSE ORIENTALE CHEZ FELDSCHLÖSSCHEN

Ivo Frei: Il est beau et élégant, le nouveau restaurant d'altitude Madrisahof. Je m'y sens vraiment bien.

Hacher Bernet: Merci, le bâtiment en bois et ses nombreuses pièces confortables de toutes les tailles nous plaît beaucoup aussi. Le Madrisahof est parfait pour toutes les occasions, comme les mariages ou fêtes d'entreprises.

Pourquoi avez-vous choisi Feldschlösschen comme partenaire boissons?

En novembre dernier, un groupe d'investisseurs a repris l'exploitation. Cette nouvelle autonomie nous a permis de chercher un nouveau partenaire boissons. Feldschlösschen nous a beaucoup impressionnés, non seulement par son

offre, mais aussi par son contact humain. Nous y avons vu tout de suite la base d'un partenariat durable et fructueux.

«Nous voulons toucher les bons vivants et là, bien sûr, la bière joue un grand rôle.»

Cela fait quelques mois que dure le partenariat. Quel est ton bilan intermédiaire?

Il est parfait! De la commande à la livraison en passant par le suivi, Feldschlösschen est formidable. C'est la première fois que je vois un partenaire boissons entreprendre toutes les installations pour que nous n'ayons rien à faire. Un autre avantage, c'est que chez vous, nous pouvons tout nous procurer en même temps, aussi bien l'eau minérale que les boissons non alcoolisées et autres.

Le Madrisahof doit adopter une culture de la bière. Concrètement, que veux-tu dire?

Nous proposons déjà de nombreuses bières mais nous voulons aussi offrir à nos clients des bières saisonnières et spéciales. Le bar à l'extérieur doit disposer d'un grand choix dont la Corona et d'autres marques. De plus, nous organisons des événements comme par exemple une soi-

rée thématique autour de la bière. Nous avons vraiment de grands projets.

Je m'en réjouis. Nous allons faire du très bon travail! Au fait, comment se passe l'encavage hivernal?

Comme je m'y attendais: l'encavage hivernal se déroule sans problèmes. Quand l'hiver arrive, on ne peut plus atteindre le Madrisahof qu'en télécabine, donc à l'automne, vous nous livrez en camion une grande quantité de marchandises. Nous sommes prêts pour l'hiver.

Entreprise innovante, vous allez bientôt offrir aux skieurs et snowboarders une nouvelle attraction. Peux-tu déjà nous dire quelques mots sur le futur télésiège?

La construction du nouveau télésiège à six places est prévue pour mai 2016, avec mise en service pour la saison hivernale 2016/17. Ce sera le premier télésiège en Suisse adapté aux enfants et aux personnes handicapées car la hauteur du siège est réglable. Un capteur mesure la taille du voyageur et ajuste la hauteur. Le verrouillage est lui aussi entièrement automatisé.

Comment définis-tu votre public cible?

Nous visons sur les bons vivants, mais aussi les familles et événements. En parlant de bons vivants: pour eux, bien sûr, la bière est importante.

Fantastique! Hacher, je vous souhaite une saison hivernale exceptionnelle.

KLOSTERS-MADRISA BERGBAHNEN AG

La Madrisa est une chaîne de montagnes près de Klosters. Les versants sud abritent le domaine skiable du même nom. Le Madrisa-Land comprend entre autres le Madrisahof, le restaurant d'altitude Saaseralp, le Zügenhüttli, la tour des légendes, des cabanes dans les arbres et un kiosque. Hacher Bernet dirige Klosters-Madriska Bergbahnen AG. Ces dernières années, il a trouvé de nombreux investisseurs et rendu l'exploitation autonome. Le partenariat avec Feldschlösschen, commencé en juin dernier, fait partie des nouveautés.

www.madriska.ch



Partenaires: Hacher Bernet (à g.) et Ivo Frei devant le Madrisahof.

SWISS PREMIUM SELECTION

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



SYMPATHIQUE. ECONOMIQUE. AUTHENTIQUE.

WWW.SWISS-PREMIUM-SELECTION.CH

Concours – à gagner:

Une Nescafé Milano 2.0 pour un an

Nous vous souhaitons beaucoup de plaisir à répondre à ce quiz. Les lettres des six réponses correctes donnent le mot de la solution. Le prix est une machine à café Nescafé Milano 2.0 pour un an.

1. Comment s'appelle la plateforme pour les restaurateurs de Feldschlösschen?

- P** ourfeldschloesschen.ch
- K** hisfeldschloesschen.ch
- O** myfeldschloesschen.ch

2. Quelle est la vraie signification de «www»?

- A** We Want Wisdom
- N** World Wide Web
- C** World Wide Waste

3. Comment s'appelle l'App primée de gestion du stock de Feldschlösschen?

- L** myBeer
- S** myTank
- D** myBeertank

4. Sur quel site Internet peut-on facilement commander tous les gadgets des marques Feldschlösschen depuis chez soi?

- A** www.feldschloesschen-gadgets.ch
- L** www.feldschloesschen-acheter.ch
- I** www.feldschloesschen-fanshop.ch

5. À quelle fréquence paraît la newsletter de Feldschlösschen?

- S** hebdomadaire
- N** mensuelle
- K** annuelle

6. Comment s'appelle le réseau social le plus utilisé au monde?

- E** Facebook
- H** Headbook
- C** Hairbook



Nescafé Milano 2.0.



Nescafé Milano 2.0: la machine à café du futur

La Nescafé Milano 2.0 est une révolution dans le monde du café pour la restauration. Grâce à un menu tactile simple et agréable, vous pourrez combler les désirs de vos clients et enrichir votre offre de café avec des boissons ten-

dance. Avec sa fonction de blending, créez votre propre mélange de café et ainsi votre nouvelle marque de fabrique.

Participez et gagnez

La Nescafé Milano 2.0 transmet toutes les données au

PC afin que vous puissiez surveiller les ventes de café depuis votre bureau. La maintenance et le nettoyage sont hygiéniques et simples. Le prix est une Nescafé Milano 2.0 pour un an (valeur du prix: environ 3500 francs). www.nescafe-solutions.ch

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 une machine à café Nescafé Milano 2.0 pour un an.

Date limite d'envoi: 10 novembre 2015.

Gagnants du concours SOIF de septembre 2015

Jana Ruch (Bienne), **Peter Haas-Blättler** (Schötz), **Dominik Müller** (Hotel-Restaurant Wetterhorn, Grindelwald), **Nicolas Bouduban** (Bienne), **Reto Ziegler** (Hotel Walensee, Weesen), **Ursula Amsler** (Gasthof Bären, Schinznach-Dorf), **Joël Ackermann** (Kestenholz), **Michaela Winter** (Reha Rheinfelden), **Jasmina Kovacic** (Microhotel, Bâle) et **Yvette Schöni** (Veyrier) ont chacun gagné un livre «Schweizer Biere 2015/2016».

Félicitations!



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

Restaurants Altstadt et Mulia à Aarau

Feldschlösschen bien en évidence pour augmenter chiffre et consommation

Devant, dedans: Feldschlösschen est omniprésent. Selon Pakeertharan et Somaranjan Rajaratnam, gérants des restaurants Altstadt et Mulia en plein cœur d'Aarau, cela permet d'augmenter la consommation de bière et donc le chiffre.

Quiconque flâne dans la Rathausgasse de la vieille ville d'Aarau et son décor de carte postale ne peut pas le louper: le restaurant Altstadt, avec ses vitrines très recherchées et ses décorations Feldschlösschen régulièrement renouvelées. Aussi bien pendant la Coupe du monde de foot, l'avent, le carnaval ou une semaine quelconque de novembre, le restaurant et Feldschlösschen attirent l'attention des badauds.

«Des réactions positives»

«Nous réalisons 40% de notre chiffre d'affaires grâce aux bières de Feldschlösschen», explique le patron, Pakeertharan Rajaratnam. Aucun doute pour lui: «En mettant la marque préférée de nos clients en évidence, nous attirons plus de clients et réalisons donc un meilleur chiffre. Les vitrines décorées attirent les gens et nos clients ont des réactions très positives.»

Il gère le restaurant Altstadt avec sa famille sri-lankaise depuis trois ans, et le restaurant de spécialités asiatiques Mulia attendant depuis 2006. L'artiste à l'origine des décorations des fenêtres est son frère Somaranjan.

Des cartes des bières personnalisées

À l'intérieur des établissements, Feldschlösschen est aussi omniprésent. Les Ra-

jaratnam personnalisent leurs cartes des bières sur myfeldschloesschen.ch, et il y a des posters, présentoirs et pancartes partout.

Une grande diversité de bières

«Nous misons sur la diversité des bières et proposons à nos clients 13 bières différentes. Bien sûr, nous ne manquons pas de le faire remarquer», dit Pakeertharan Rajaratnam.

Le restaurateur vante la qualité des conseils de son partenaire boissons Feldschlösschen: «Le Sales Manager Luca Sgura est toujours à notre écoute et nous fournit le matériel pour décorer les vitrines.»

Ouvert aux nouveautés

Luca Sgura retourne le compliment: «Les Pakeertharan doivent ce succès à leur ouverture aux nouveautés et leur grande inspiration. La visibilité qu'ils donnent aux bières Feldschlösschen et les cartes détaillées proposées aux clients contribuent assurément à ce succès.»

Matériel publicitaire

Sur myfeldschloesschen.ch, vous pouvez aussi personnaliser vos cartes des bières et commander du matériel publicitaire pour votre établissement. Votre Sales Manager vous aidera volontiers. Montrez que vous misez sur la culture de la bière, cela en vaut la peine!



Les frères Pakeertharan (à g.) et Somaranjan Rajaratnam (à dr.) avec le Sales Manager Luca Sgura devant les vitrines décorées du restaurant Altstadt.



Cartes des bières, pancartes et plus encore: Pakeertharan (à g.) et Somaranjan Rajaratnam mettent Feldschlösschen en avant.



Les cartes des bières sont omniprésentes et montrent aux clients la diversité des bières.

**RIEN NE VAUT
UNE BONNE
COMPARAISON
POUR
CHOISIR LA
MEILLEURE
OU LES DEUX.**

CHAMPIONNES DU GOÛT. L'ÄMRICH WEIZEN
ET SA NUANCE D'ABRICOT ISSUE DU
HOUBLON AMARILLO. LA PALE ALE BRASSÉE
AVEC LE MEILLEUR HOUBLON BRAVO.



FIERS DE NOTRE BIÈRE.



Un chapiteau rouge et bleu à 2000 m d'altitude.

Participez et gagnez

Les muscles du rire sollicités en altitude à Arosa

Les larmes aux yeux le soir-même, et des courbatures dans les muscles dues au fou-rire le lendemain: ce sont là les signes incontournables du festival d'humour d'Arosa. SOIF tire au sort des prix sympas.

Les comédiens suisses Andreas Thiel, Peach Weber, Anet Corti et Fredy Schär, ainsi que Rob Spence, le plus drôle des Australiens, Serdar Somuncu, d'origine turque, l'Allemande Carolin Kebekus et bien d'autres artistes se passent le relais au festival d'humour d'Arosa pour faire rire le public du 3 au 13 décembre.

Chapiteau et petites scènes

Les comédiens chevronnés se produiront sous le chapiteau à 2000 m d'altitude juste à côté de la cabane légendaire du «Tschuggen-hütte» ou à Arosa même, sur une des petites scènes au centre de sport et de congrès, au Kursaal ou au «Blatter's Bellavista» et donneront le meilleur d'eux-mêmes pour que les spec-

tateurs se tordent de rire. Hormis les pistes, cette année encore, le meilleur et le plus amusant du lancement

de la saison hivernale se passera au festival d'humour d'Arosa.

www.humorfestival.ch



L'Australien Rob Spence fera rire à coup sûr.

Des prix sympas à gagner

Carlsberg, co-sponsor du festival d'humour d'Arosa, sera de la fête avec sa bière premium: elle est idéale pour se rafraîchir après avoir tant ri. SOIF tire au sort des prix sympas pour deux personnes:

Le prix principal comprend une nuitée du 12 au 13 décembre au charmant hôtel Arlenwald, des billets pour la représentation de Carolin Kebekus le samedi 12 décembre (à 21 h) et des cartes journalières pour le paradis des sports d'hiver Arosa Lenzerheide. Nous tirons aussi au sort 2 x 2 billets pour une représentation au festival d'humour d'Arosa.

Voici comment participer: envoyez la référence «Arosa» et vos coordonnées par fax au 058 123 42 80 ou par e-mail à duerst@fgg.ch.

Avec un peu de chance, vous serez parmi les gagnants et vous pourrez assister au festival d'humour à Arosa en décembre. Nous vous souhaitons bonne chance. Date limite d'envoi: 10 novembre 2015.

Mise en perce officielle de la bière de Noël Feldschlösschen en Suisse

Le **6** novembre
2015



Grâce à la bière de Noël,
la restauration a une
nouvelle fête

Pour la restauration, le premier vendredi de novembre est un jour spécial: la mise en perce officielle de la bière de Noël Feldschlösschen met de l'ambiance dans les établissements et améliore ainsi le chiffre d'affaires. Cet événement, un grand succès l'an dernier, est reconduit cette année dans huit villes.

L'an dernier, votre partenaire boissons a lancé une fête à fort potentiel, et à présent, elle prend de l'ampleur: à Aarau, Bâle, Berne, Coire, Lucerne, Zurich et Lausanne, dans cinq établissements chacune, la mise en perce officielle de la bière de Noël Feldschlösschen propose aux clients quelque chose de spécial le premier vendredi de novembre. Vous pouvez aussi profiter de cet événement pour améliorer votre chiffre d'affaires (cf. encadré en bas et www.feldschloesschen-weihnachtsbier.ch).

Demoiselles du château et cochers

Et voici le programme du 6 novembre au soir dans les 40 établissements choisis:

- les demoiselles du château et les cochers de Feldschlösschen arrivent chez le client à bord d'une ancienne voiture ou de l'attelage à six avec le premier fût de bière de Noël
- ils entament le fût et distribuent la bière aux clients
- les clients reçoivent aussi des gadgets et peuvent participer à un concours
- et c'est parti pour la fête de la bière de Noël!

Un jour de fête qui devrait devenir une tradition

Feldschlösschen veut faire de cette fête un événement incontournable dans tout le pays et une occasion pour vous, restaurateurs, de célébrer une nouvelle fête avec vos clients.



On se la coule douce: première mise en perce officielle de la bière de Noël Feldschlösschen en 2014.



Les demoiselles du château vous rendent visite à:
Aarau, Bâle, Berne, Coire, Lucerne,
Thoune, Zurich et Lausanne!
feldschloesschen-weihnachtsbier.ch

Une mise en perce de la bière de Noël aussi chez vous

Au Danemark, le jour de la bière de Noël est déjà bien ancré. Lors du «J-Dag», les Danois mettent en perce la bière de Noël «Tuborg Julebryg». Ce jour est un événement national avec des fêtes par centaines. Vous aussi, célébrez la mise en perce dans votre établissement le premier vendredi de novembre. Ainsi, vous aurez une nouvelle fête début novembre pour augmenter votre chiffre. Des questions? Contactez votre Sales Manager, il vous conseillera volontiers.

www.feldschloesschen-weihnachtsbier.ch

30 ans du restaurant Chrump à Röthenbach

Jubilé avec Feldschlösschen et le Roi de la lutte Matthias Sempach

En dialecte bernois, Chrump désigne un virage, et le restaurant éponyme se situe justement dans le virage entre Wanzwil et Röthenbach, en Haute-Argovie. Depuis 30 ans, Therese et Walter Heiniger dirigent cet établissement qui accueille de nombreuses associations.

Pour ce grand jubilé, pas de soleil à l'horizon, mais les chevaux de brasserie Feldschlösschen et le Roi de la lutte Matthias Sempach étaient bien là. Les époux Heiniger ont fait la fête avec les habitués, qui ont eu droit à des bières gratuites et des saucisses grillées.

Des clients Feldschlösschen fidèles

«Nous sommes des clients Feldschlösschen comblés depuis 30 ans. La Feldschlösschen Original et la Sans alcool conviennent à notre restaurant et sa cuisine traditionnelle», dit Walter Heiniger, qui vante également les conseils du Sales Manager Ramon Schärer. Il est en revanche plus critique quant aux évolutions de la société en général: «Les associations ont de moins en moins de membres et les poids-lourds qui s'arrêtent chez nous ont moins de temps. De plus, les tâches administratives sont de plus en plus contraignantes.» Malgré tout, les Heiniger ont toujours autant de plaisir à exercer après 30 ans.



Les époux Therese et Walter Heiniger devant le «Chrump» (à g.) lors du jubilé, avec le Roi de la lutte Matthias Sempach (à d.).



L'attelage à six Feldschlösschen et les époux Heiniger sur le chariot.



Les époux Geiser posent devant le «Bellevue».

30 ans du restaurant Bellevue à Lüsslingen

Le «Service de la Soif» sert la bière aux habitués

Lorsque Kurt Geiser a repris le «Bellevue» avec sa femme en 1985, ce restaurant cossu avait déjà appartenu à trois générations de la famille. «Mes parents étaient déjà des clients Feldschlösschen comblés», raconte le restaurateur, fidèle à son fournisseur boissons depuis 30 ans. Aujourd'hui, le «Bellevue» est le dernier restaurant du village. Auberge de campagne traditionnelle, il n'a pas beaucoup changé depuis

1985, et de nombreuses associations s'y réunissent. «Les associations ne viennent pas seulement du village mais aussi de Soleure. En ville, elles peinent à trouver des établissements adéquats et des places de parc», explique Kurt Geiser.

Bières gratuites pour le jubilé

Le couple de restaurateurs a fêté ce jubilé en compagnie de ses habitués, qui ont

pu savourer rôti de porc, risotto et bières gratuites.

Feldschlösschen Original

Le «Service Soif» de Feldschlösschen était là avec une voiture de pompiers de 1914 dont le réservoir, au lieu de l'eau, contenait de la Feldschlösschen Original, la bière parfaite pour ce jubilé. Kurt Geiser déclare: «Nos clients adorent cette bière depuis des décennies.»

Le meilleur de notre brasserie pour de beaux moments



Consommer
avec modération.



La bière premium de Suisse

Disponible en bouteille 33cl.

Pour plus d'informations, visitez www.feldschlösschen.ch



Brassée depuis 1876 en Suisse



Une expérience gustative hors du commun: la bière blanche Franziskaner associée au bon plat.

Bière blanche Franziskaner

Un mariage parfait: une expérience gustative surprenante et savoureuse

Le mode de vie franciscain est synonyme d'évasion et de bon temps entre amis autour d'un bon repas et de bière goûteuse. Les bonnes associations de saveurs permettent une expérience gustative extraordinaire.

Toutes les bières blanches ne se valent pas – elles se différencient par le goût, la couleur, la qualité. En se penchant sur les arômes, on dénote des nuances du fruité à l'amer, du doux à l'acide en passant par le miel et l'épicé. Rien de surprenant donc à ce que les diverses bières blanches spéciales Franziskaner accompagnent à merveille non seulement avec les classiques bretzels ou en-cas bavarois, mais aussi un steak copieux ou des plats tendance légers.

L'instant spécial

Avec la Franziskaner, l'association des saveurs prend tout son sens. Le fabricant joue sur l'opposition avec le quo-

tidien souvent stressant pour mettre sa marque en avant auprès de ses amateurs, avec des slogans comme «L'instant spécial» et «Évasion» censés rendre plus palpables les moments d'évasion entre amis autour d'un repas savoureux pour contrebalancer le stress du quotidien.

Contrepoint et compléments

Pour faire de bonnes associations de saveurs, on veille à ce que plats et boissons soient complémentaires du point de vue des composés aromatiques. Selon Karl Schiffner, champion du monde des sommeliers de la

bière, la devise est: «Si ce n'est pas bon, ça ne sert à rien.» On peut choisir une boisson qui crée sciemment un contrepoint aromatique ou alors qui renforce les arômes du plat.»

Une véritable explosion de saveurs

La combinaison des bières blanches spéciales Franziskaner avec les arômes et les nuances de certains mets permet parfois de créer des expériences gustatives nouvelles

et extraordinaires, voire de véritables explosions de saveurs. Selon Karl Schiffner, «tout amateur de bonne chaire est aux anges quand une combinaison de saveurs inimaginable lui fait atteindre le 7^e ciel. Essayez donc: la note d'agrumes de la bière de froment blanche Franziskaner, disponible à la pression et en bouteille dans House of Beer, se marie parfaitement à un médaillon de sandre rôti.

www.franziskaner-weissbier.de
www.houseofbeer.ch

À la pression et en bouteille



Commander maintenant!

4.11 CHF

par litre

Franziskaner Hefe-Weissbier
Art.10799 fût de 30 litres

www.myfeldschloesschen.ch

Commander maintenant!

2.22 CHF

la bouteille

Franziskaner Hefe-Weissbier
Art.10800 20x50 cl VC verre

www.myfeldschloesschen.ch

La cuisine à la bière de Michael Kratz

Un parfait à la bière pour couronner un menu thématique raffiné

Voici un parfait rafraîchissant comme une bière – et qui en a même le goût. «Au lieu d'utiliser du Grand Marnier ou une autre liqueur, je prends une bière corsée et forte en goût telle que la Feldschlösschen de Noël», dévoile Michael Kratz. Le second de cuisine gâte les clients du restaurant Feldschlösschen à Rheinfelden avec ses menus gastronomiques sur le thème de la bière.

Parfait à la bière

Ingrédients pour 10 personnes

2 œufs
125 g de sucre
5 dl de crème
1,5 dl de bière de Noël Feldschlösschen

Préparation

Monter les œufs et le sucre en neige au bain-marie et battre ensuite jusqu'à refroidissement dans un bain de l'eau glacée.

Monter la crème et l'incorporer délicatement, puis ajouter également la bière de Noël Feldschlösschen à la spatule.

Remplir le moule à parfait et le placer au congélateur pendant au moins 24 heures.



Michael Kratz du restaurant Feldschlösschen, amateur de bière, présente son parfait à la bière.

Michael Kratz apporte une touche raffinée aux plats grâce à la bière et ses ingrédients. Pour son parfait à la bière fort demandé, il se base sur une recette très classique et la parfume à la bière. «Pour rester dans l'esprit de la saison, je recommande la bière de Noël Feldschlösschen, mais la plupart des bières corsées et fortes en goût font l'affaire, notamment les blanches de Schneider Weisse», explique l'amateur de bière.

Plébiscité par les clients

On utilise la bière à froid, et elle conserve ainsi son goût particulier qui imprègne le parfait. Michael Kratz est fier: «Le parfait à la bière a un fort goût de bière et les clients du restaurant l'adorent.»

Le parfait à la bière maison (cf. la recette à gauche) est facile à réaliser. Offrez aussi à vos clients un petit plaisir avec ce dessert à tomber!

www.feldschloessen-restaurant.ch

Menu gastronomique quatre plats à la bière

L'équipe du restaurant Feldschlösschen à Rheinfelden propose à ses clients ce savoureux menu gastronomique quatre plats à la bière, couronné par le parfait à la bière:

Salade de rampon, sauce à la carotte et au houblon avec chèvre chaud

Bière conseillée: Feldschlösschen Premium

Capuns de crevettes à la vapeur avec mousse à la bière

Bière conseillée: Valaisanne Zwickel

Entrecôte de bœuf tendre en tranches, laquée à la bière, pois mange-tout et gratin de pommes de terre

Bière conseillée: Cardinal Brunette

Parfait à la bière avec fruits de saison confits

Bière conseillée: Leffe Vieille Cuvée

Une Leffe Vieille Cuvée pour accompagner le parfait

En accompagnement du parfait à la bière, Michael Kratz recommande la bière forte belge Leffe Vieille Cuvée. Peu de bières peuvent aussi

Commander maintenant!

2.59 CHF

la bouteille

Leffe Vieille Cuvée
Art.10666 24x33 cl VP verre

www.myfeldschloessen.ch



bien rivaliser avec un sherry ou un bon porto pour accompagner un dessert.

Pour une fois que Beat Schlatter n'est pas au bistro

Pas de Hürlimann pour Beat, mais une Feldschlösschen

Lieu:

Epicerie Läbis,
Zurich

Interlocuteur:

Philipp Nanoppoulos,
acheteur/vendeur

Beat: Tu approvisionnes la vieille ville de Zurich en nourriture et aussi, bien sûr, en bière Hürlimann et Feldschlösschen. Philipp: Oui, notre petit magasin propose environ 3500 articles. La bière Feldschlösschen fait partie des dix articles les plus vendus, juste après les produits laitiers et fruits. J'ai

plusieurs marques de bière dans mon magasin, mais Feldschlösschen est clairement en tête, toutes marques confondues.

Beat: Pour quelle raison, selon toi? Philipp: Ça ne peut pas être lié uniquement à la publicité. Je suis convaincu que c'est la qualité de cette bière qui la rend si populaire.

Beat: Le prix compte-t-il dans la décision d'acheter une bière? Philipp: Le consommateur ne regarde pas trop à la dépense en achetant sa bière. En fait, les seuls qui le font, ce sont les

buveurs de bière qui la descendent d'un trait sans l'apprécier.

Beat: Ce ne sont pas des buveurs de bière, ce sont des alcooliques. Au fait, j'ai un problème avec ton magasin: tu n'as pas toujours ma bière, la Hürlimann. Comment ça se fait? Philipp: C'est ma faute. Parfois, j'oublie de la commander.

Beat: C'est un scandale! Récentement, un ami m'a rendu visite et il avait encore soif et il voulait absolument une Hürlimann. J'ai dû aller réveiller un voisin en pleine nuit.



Beat Schlatter (à d.) avec Philipp Nanoppoulos devant le rayon des boissons à Läbis.

Philipp: La prochaine fois, tu peux venir me tirer du lit. Ma famille et moi habitons juste au-dessus du magasin.

Beat: Merci, j'y penserai. Mais pour ton repos nocturne et tes affaires, tu ferais mieux de toujours avoir de la Hürlimann en stock à Läbis.

Agenda présenté par MyFELDSCHLOESSCHEN.ch

Martini Höck à Lucerne – AG de Hürlimann à Zurich



• **Martini Höck.** Le 10 novembre, célébrités et autres clients du monde de la restauration se rencontreront pour la 13^e fois déjà pour le Martini Höck de Feldschlösschen. Les salons feutrés du restaurant 1871 du Grand Hôtel National prêteront cette année encore leur cadre à la traditionnelle manifestation. Lors du Martini Höck, les invités peuvent discuter dans un cadre agréable en savourant les différents produits Feldschlösschen.



• **AG de Hürlimann Bier A.G.** Le 12 novembre, Beat Schlatter, acteur, comique et président du conseil d'administration (à g., à côté du PSG de Feldschlösschen, Thomas Amstutz) présidera l'AG de Hürlimann Bier A.G. Au Volkshaus de Zurich, des projets en faveur des hommes seront présentés à nouveau, soutenus par le fonds «Hürlimann-Rappen» (centime Hürlimann) sous la devise «Les hommes boivent pour les hommes». Après l'AG, les actionnaires passeront un bon moment ensemble.



DANS LES COULISSES



DANIELA KARRER
Ventes
Sales Applications

«Chatter avec les restaurateurs est souvent très marrant.»

« Comme Web Content Manager, je suis notamment responsable de la plateforme myfeldschloesschen.ch, qui permet aux restaurateurs de passer commande rapidement, confortablement et simplement. De plus, nous les informons régulièrement sur les actions et les services. La fonction chat de la boutique en ligne nous permet même de communiquer en direct avec les restaurateurs, ce qui est intéressant, efficace et souvent très marrant. Mes tâches créatives et néanmoins techniques me procurent beaucoup de plaisir.»



**LES CLASSIQUES
DE SCHWEPPEES DANS
LEUR NOUVEL HABIT.**

Schweppes Ginger Ale, Bitter Lemon
et Indian Tonic Water.