



Hit

Franziskaner
Hefe-Weissbier

2.12 CHF la bouteille
au lieu de 2.42 CHF

Art. 10800, 20×0,50cl, VC caisse

Trinquons à l'année 2017

- › Le restaurateur zurichois Walter Schöb a bon espoir pour 2017 malgré tout
- › Deux interviews: les attentes de GastroSuisse et Hotelleriesuisse en 2017

Feldschlösschen Bière de printemps

Commandez jusqu'au
31 janvier auprès de
votre Sales Manager.

Consommer
avec modération.



Un plaisir pur pour
le printemps

Feldschlösschen rassemble



Brassée depuis 1876 en Suisse



Éditorial

SOIF se renouvelle et perpétue la tradition


Chères lectrices, chers lecteurs,

En plus de 140 ans d'existence, Feldschlösschen a toujours réussi à conserver ses traditions tout en innovant constamment. Le magazine de restauration de la brasserie leader de Suisse fêtera son dixième anniversaire en février 2017. Ainsi, SOIF incarne déjà une belle part de tradition.

Ne pas avancer signifie souvent reculer; SOIF s'efforce donc d'évoluer sans cesse. Pour la nouvelle année, il a reçu un habit plus moderne, plus aéré, plus frais. Certaines thématiques sont nouvelles, à l'image des bières artisanales ou «craft beers». La haute qualité traditionnelle du magazine est cependant demeurée intacte. J'espère que vous trouverez de l'inspiration à le lire et vous souhaite un excellent départ en 2017.

Je me réjouis de pouvoir fêter avec vous de nouveaux succès dans cette nouvelle année. Feldschlösschen s'efforcera à nouveau de rester le partenaire parfait de la gastronomie grâce à ses produits, ses innovations et ses prestations. Nous savons en effet très bien que votre succès est également notre succès.

Gérard Schaller
Directeur des ventes Gastronomie

Craft beers

SOIF présentera désormais chaque mois des bières artisanales en vogue qui génèrent un chiffre d'affaires intéressant.

Page 5

Bière de Printemps

Invitez le printemps dans votre établissement et commandez dès à présent la spécialité de saison.

Page 9

Centime Hürlimann

Des hommes boivent pour les hommes: les projets masculins zurichois primés à l'assemblée générale.

Page 16

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

Année Onzième année

Parution Paraît une fois par mois en français, allemand

et italien

Tirage Français 10 000, allemand 24 000, italien 2000

Rédaction, mise en page, lithographie, lectorat, traductions,

impression et expédition Vogt-Schild Druck AG,

Gutenbergstrasse 1, 4552 Derendingen

Responsable de projet Pamela Güller

Rédacteur en chef Marcel Siegenthaler/Textension Sàrl,

www.textension.ch

Droits d'auteur Les articles contenus dans ce journal sont

protégés par les droits d'auteur. Tous droits réservés

Droits sur les images Freshfocus, Feldschlösschen,

Textension, mäd. Caricature: Göldi (Daniel Mangold)

myclimate PERFORMANCE
neutral
Imprimé | 01-16-767278
myclimate.org

imprimé en
suisse

Bière du mois
Feldschlösschen Braufrisch

Vin du mois
St-Saphorin Dizerens

Feldschlösschen Braufrisch est une des innovations les plus réussies au cours des 140 ans d'histoire de la plus grande brasserie de Suisse. Cette lager naturelle, trouble et non filtrée a une odeur de levure fraîche et des notes de caramel légères, avec une touche de houblon amer.

Dans la légendaire bouteille à fermeture mécanique, Feldschlösschen Braufrisch est un enrichissement pour chaque ré-union conviviale. En exclusivité pour la restauration, elle est disponible comme bière pression. Elle accompagne idéalement mets légers, poisson, viande et fromage de montagne.



Commander maintenant!

1.45 CHF la bouteille

Art. 14706, 20×33cl, VC verre

Le St-Saphorin du domaine Dizerens en Lavaux laisse une impression durable au nez avec un bouquet d'arômes floraux et fruités. En bouche il est dense et puissant ainsi qu'équilibré et doux. Sa finale complexe dévoile le caractère d'un grand terroir et la qualité du producteur.

Accompagne idéalement...

Le St-Saphorin Dizerens accompagne idéalement la cuisine suisse, surtout le poisson.

www.bottle.ch



Commander maintenant!

13.90 CHF la bouteille

Art. 15515, 6×75cl, VP carton

Gambrinus en voyage autour du monde
La Suisse devient un pays de bières artisanales

Gambrinus est un grand amateur de bière. En 2017, il a parcouru douze régions célèbres pour leur bière et il relate dans SOIF ses rencontres avec la culture de la bière tout autour du globe. Sa première étape: la Suisse.

« La Suisse, pays du vin? Sans doute! J'avoue qu'entre le Léman et le lac de Constance, on aperçoit de superbes vignobles. Durant mon périple à travers notre beau pays, j'ai vu aussi toutefois d'innombrables petites brasseries, j'ai appris à connaître de nombreuses bières artisanales nationales et j'ai assisté à des tournées bien arrosées... à la bière!

Une visite à l'Association suisse des brasseries à Zurich confirma mon impression: la culture de la bière et la diversité des bières ont connu une évolution fulgurante ces dernières années. J'ai découvert qu'en 2016, en Suisse, pas moins de 740 brasseries étaient soumises à l'impôt sur la production de bière et que les brasseries suisses pro-

duisaient ensemble près de 3,5 millions d'hectolitres de bière.

J'ai constaté que les Suisses ne se contentent plus de commander simplement «une chope». Ils ne sont plus focalisés sur les bières lager et demandent de plus en plus des bières spéciales. Pour la restauration, la marge est donc plus élevée.

Bières artisanales en vogue

Les bières artisanales indigènes sont très appréciées. Je suis donc resté bouche bée quand on me proposa une bière du Valais dans un établissement de Suisse orientale. «Que diriez-vous d'une Valaisanne Pale Ale?», me demanda l'aubergiste. «Rien», répondis-je. «Je me contenterais de la savourer.»»



La Suisse est un pays varié possédant une grande diversité de bières.

La Suisse, pays de la bière

Les brasseries suisses produisent de nombreuses bières spéciales et artisanales. Feldschlösschen à lui seul a lancé sur le marché les nouveautés suivantes l'année dernière: Cardinal Brunette, Feldschlösschen Braufrisch, Valaisanne Pale Ale, Valaisanne Ämrich Weizen, Valaisanne Bière de Cave.

Craft beers

Nouvelles Porter de pur style Guinness au goût du jour

Les bières artisanales sont en vogue. Avec Guinness West Indies Porter et Guinness Dublin Porter, vous réservez à vos clients un plaisir de dégustation aux notes particulières et au long passé.

Derrière les murs de la St.James's Gate Brewery à Dublin se trouve une petite infrastructure expérimentale. Il s'agit de l'atelier de travail de six jeunes maîtres brasseurs. Cette relève talentueuse a quartier libre pour réaliser ses idées, réinterpréter d'anciennes recettes et en créer de nouvelles. Ici à Dublin, ils travaillent dans une véritable brasserie artisanale: petite par ses capacités, mais avec de grandes idées.

Des bières historiques réinterprétées

Dans le cas de la Guinness West Indies Porter et de la Guinness Dublin Porter, les jeunes maîtres brasseurs ont réinterprété deux bières historiques pour les remettre au goût du jour. L'histoire de la West Indies Porter remonte à l'année 1801. Les brasseurs de St.James's Gate souhaitaient réaliser une Porter qui résisterait au long transport à destination des Indes. Résultat: une Guinness plus fortement houblonnée avec plus d'alcool. Dans les colonies, elle devint vite une icône. La Dublin Porter est née en 1796, alors que Guinness exportait pour la première fois de la bière vers l'Angleterre. Les deux nouvelles bières artisanales sont disponibles dès septembre 2016 à la House of Beer de Feldschlösschen.

Parfaite pour accompagner un repas

Chocolat et café, caramel et toffee: les Porter ont des notes particulières. La West Indies Porter convient aux plats très épicés comme l'agneau, le curry thaï ou la cuisine créole. La Dublin Porter accompagne merveilleusement BBQ, saumon fumé, risotto aux champignons et soupe à l'orge des Grisons.

Commander maintenant!

Guinness West Indies Porter
3.95 CHF la bouteille

Art. 14894, 12x50 cl, VP verre

Guinness Dublin Porter
3.85 CHF la bouteille

Art. 14864, 12x50 cl, VP verre



Guinness West Indies Porter

Type de bière Porter
Pays de provenance Irlande
Teneur en alcool 6,8% vol
Densité de moût 14,07°Plato
Fermentation Haute fermentation
Couleur Rubis foncé
Amertume 50 IBU
Houblon US Goldings
Arôme Riche et plein de caractère avec des notes de chocolat, caramel et café.

Guinness Dublin Porter

Type de bière Porter
Pays de provenance Irlande
Teneur en alcool 3,8% vol
Densité de moût 9,43°Plato
Fermentation Haute fermentation
Couleur Rubis foncé
Amertume 30 IBU
Houblon US Goldings
Arôme Porter classique au goût rafraîchissant et léger. Velouté onctueux avec notes de caramel foncé et toffee.

MIXER ET PROFITER.

BLOODY MARY AVEC

5 CL AICY VODKA
CHF **0.95**



GIN TONIC AVEC

5 CL ST. PAUL GIN
CHF **0.95**

**HOUSE
SELECTION
SPIRITS**

GET MORE FOR LESS.

La boisson du mois

Un Martini pétillant façon Bond. James Bond.

Le «Vesper» a fait sa première apparition en 1953 dans «Casino Royale» de Ian Fleming. L'auteur avait inventé le Vodka Martini pour James Bond qui donna à ce cocktail le nom de son amie Vesper Lynd. La recette consiste en trois parts de gin, une part de vodka et une demi-part de Kina Lillet. Bond l'appréciait «secoué, pas remué». Aujourd'hui le drink est servi de préférence remué et non pas secoué, afin qu'il reste transparent. Pour lui donner du pep, nous conseillons d'y ajouter du Schweppes Indian Tonic.



Ingrédients

3cl Gin Bombay Sapphire
3cl Vodka Aicy Lemon
2cl Lillet
5cl Schweppes Indian Tonic

Recette

Refroidir en remuant le gin, la vodka et le Lillet avec des glaçons. Verser ensuite dans un verre Martini ou verre coupette et remplir de Schweppes Indian Tonic. Servir sans glace. Garnir avec une spirale de citron ou de citron vert.

Commander maintenant!

Gin Bombay Sapphire
26.10 CHF la bouteille
Art. 10815, 6×0,7l*, VP verre

Vodka Aicy Lemon
17.90 CHF la bouteille
Art. 12028, 6×1l*, VP verre

Lillet Blanc
15.80 CHF la bouteille
Art. 12017, 6×0,75l*, VP verre

Schweppes Indian Tonic
1.19 CHF la bouteille
Art. 10023, 30×20cl, VC verre

*Commande également possible en bouteilles individuelles

Mise en perce de la bière de Noël

Trophée pour le bistro-bar «Gut gelaunt» à Berne

Le «Gut gelaunt» à Berne a reçu du jury la mention de «local le plus joliment décoré pour la mise en perce de la bière de Noël Feldschlösschen». Le gérant de l'établissement Ralf Jansen s'est vu offrir une coupe des mains de Hanspeter Vogel, Feldschlösschen Sales Manager, et de Fabian Leubin, Group Channel Activation Manager. L'équipe du «Gut gelaunt» a gagné en outre une visite guidée au château de Feldschlösschen à Rheinfelden pour dix personnes.

www.feldschloesschen.ch/weihnachtsbier
www.gutgelaunt.ch



Ralf Jansen (au centre), Hanspeter Vogel (à g.), Fabian Leubin et le trophée.

Nouveau dans l'assortiment

Paquet d'énergie fair-trade



www.ramseier.ch

Le label fair-trade de Max Havelaar désigne des produits provenant du commerce équitable et de l'agriculture durable. Il garantit que tous les ingrédients entrant dans la composition d'un produit sont issus du commerce équitable.

Prix stables pour les agriculteurs

Cela concerne tous les fruits du nouveau Ramseier nectar premium multivitamines Max Havelaar. Ramseier fournit aux consommateurs un concentré de vitamines de onze fruits et permet à des coopératives de petits agriculteurs de maintenir des prix plus stables et des relations commerciales à long terme.

Commander maintenant!

Ramseier nectar premium multivitamines
Max Havelaar
2.72 CHF par litre
Art. 16940, 12×1l, Tetra pak

LE RHUM BLANC pour un authentique MOJITO CUBAIN



VIEILLI 3 ANS
en fûts de chêne
À CUBA

DRINK RESPONSIBLY



À commander sur
myfeldschloesschen.ch

LE GOÛT À LA FRANÇAISE



Feldschlösschen Bière de Printemps

Un rayon de soleil printanier pour un chiffre d'affaires florissant

Fin l'hiver! Feldschlösschen Bière de Printemps est parfaite pour accompagner les premiers chauds rayons de soleil. Cette spécialité de saison présente bien des avantages pour les restaurateurs: volumes supplémentaires, marge plus élevée et paquet publicitaire. À commander jusqu'à fin janvier auprès de votre Sales Manager.

Elle est merveilleusement trouble et sa superbe couronne de mousse attire inmanquablement le regard des amateurs de bière. Malts sélectionnés, notes de fruits et de clou de girofle, légèrement gazéifiée, arôme riche en bouche... la Feldschlösschen Bière de Printemps est incomparable. Sa combinaison de fine douceur et de délicate amertume fait de cette spécialité de saison un plaisir exceptionnellement rafraîchissant et parfait pour les premiers rayons de soleil.

Nombreux avantages

Feldschlösschen Bière de Printemps éveille l'attention et incite à l'achat, aussi chez les groupes de jeunes. Pour vous, cela se traduit par un volume accru et une marge attractive. De plus, votre partenaire Feldschlösschen vous offre une vaste panoplie publicitaire. La bière de printemps Feldschlösschen a encore un autre



La bière de printemps Feldschlösschen éveille chez vos hôtes des sensations printanières longtemps attendues.

avantage: elle accompagne idéalement les mets printaniers tels que poulet grillé, goûters ou desserts de fruits.

Paquet publicitaire volumineux

Vous pouvez commander la Feldschlösschen Bière de Printemps jusqu'à fin janvier auprès de votre Sales Manager; elle sera livrée jusqu'au 20 mars. En commandant au moins six fûts de 20 litres, vous recevrez un paquet publicitaire comprenant entre autres des posters, présentoirs de table, guirlandes et autocollants pour fenêtres.

La bière de printemps est produite sur demande exclusivement pour la restauration. Pas de commandes ultérieures ni restitutions. Avez-vous des questions? Adressez-vous à votre Sales Manager, il vous aidera volontiers.

Grimbergen Printemps

Grimbergen propose aux restaurateurs également une bière de printemps pleine d'attraits: la Grimbergen Printemps aux fruits frais dégage des notes de pommes, épices, gingembre et réglisse. Si vous commandez jusqu'à fin janvier au moins quatre fûts de Grimbergen Printemps à votre Sales Manager, vous recevrez gratuitement un attractif matériel publicitaire.

À commander maintenant chez votre Sales Manager!



Feldschlösschen Bière de Printemps
3.77 CHF par litre
Art. 13095, fût de 20 litres



Grimbergen Printemps
5.09 CHF par litre
Art. 13174, fût de 20 litres



Walter Schöb (à dr.) trinque dans sa Rheinfelder Bierhalle avec Daniel Zemp (Feldschlösschen) à une année 2017 pleine de succès.

Walter Schöb, Rheinfelder Bierhalle, Zurich

«Je suis malgré tout confiant pour 2017»

Dans sa Rheinfelder Bierhalle, Walter Schöb savoure avec Daniel Zemp, Area Sales Director chez Feldschlösschen, un repas de midi costaud et s'accorde une petite bière. Au menu de leur conversation: chances et dangers pour la restauration dans l'année à venir. Notre restaurateur économiste de formation sert aussi du lourd: Walter Schöb nous parle du creux dans lequel se trouve la restauration, mais se veut néanmoins rassurant.

Daniel Zemp: Walter, tradition et vision à long terme sont importantes pour toi.

Vois-tu juste quand je dis qu'en 2017, peu de choses vont changer dans ta Bierhalle?

Walter Schöb: La constance est un ingrédient important de mon succès. Un restaurant n'est pas obligé de suivre toutes les tendances. Par exemple, contrairement à la recommandation de GastroSuisse, je ne propose quasiment pas de menus végétariens, sauf des plats traditionnels comme des épinards à la crème avec œufs au plat et pommes de terre. Cela n'empêche pas les habitués d'être satisfaits.

En plus de tes fidèles clients zurichois, tu reçois aussi de nombreux touristes.

L'Europe est en crise, le franc est fort. Nous ne pourrions malheureusement pas tabler non plus en 2017 sur des nuées de touristes de la zone euro. En revanche, nous avons mainte-

Rheinfelder Bierhalle

«Bon marché, une cuisine qui tient au corps, de la bière qui coule à flots, du bruit, de la vie, un public de 7 à 77 ans, de nombreux étudiants, passants, travailleurs, retraités et fonctionnaires»: ainsi se définit la Rheinfelder Bierhalle sur son site web. L'établissement situé dans le quartier Niederdorf de Zurich existe depuis 1870 et est une des plus vieilles brasseries de la ville, partenaire de Feldschlösschen dès la fin du XIX^e siècle. La Rheinfelder Bierhalle bénéficie d'un des meilleurs emplacements dans la vieille ville, sur la très fréquentée Niederdorfstrasse. Depuis la gare centrale, quelques minutes à pied suffisent pour s'y rendre. Elle est connue pour ses trois rustiques plats du jour avec soupe, auxquels on peut ajouter la viande de bœuf bouillie, les rösti et knöpfli maison et évidemment le cordon bleu «jumbo jumbo» cuisinés quotidiennement.

Walter Schöb dirige la Rheinfelder Bierhalle depuis 1989 et en est le propriétaire depuis 1995. «Avant, j'étais économiste, aujourd'hui, je m'adonne corps et âme à la restauration», conclut-il.

www.rheinfelder.ch

nant plus d'autres touristes – de Chine, Inde, Corée du Sud. Ces visiteurs sont en règle générale plus compliqués que les Européens et n'ont souvent que peu de temps parce qu'ils enchaînent avec le Jungfrauoch l'après-midi.

Que commandent les Asiatiques ici?

Les Indiens veulent du poulet au curry. Je leur dis alors patiemment: «Non, nous n'avons pas de poulet au curry.» Alors ils commandent un plat rustique de notre carte. Les Chinois présentent le jambonneau et les plats à base de porc et aiment les accompagner d'une bière.

Malgré ces nombreux touristes, tu n'acceptes pas les cartes de crédit.

Est-ce que ça marche?

Oui, ça marche très bien: quand un touriste n'a pas de liquide sur lui, je l'envoie au distributeur. Je ne suis pas prêt à payer deux pour cent ou plus pour quelque chose qui n'apporte rien à mon chiffre d'affaires. Additionnés aux huit pour cent de TVA, ce seraient déjà dix pour cent du chiffre qui disparaîtraient.

À propos de numérisation: elle rend de nombreux emplois superflus.

Heureusement, ses répercussions ne sont pas aussi fortes dans la restauration. Une personne nourrit l'animal, une autre l'abat, puis il est cuisiné chez nous et servi par d'autres personnes. Mais dans beaucoup d'autres secteurs, de nombreux emplois seront également victimes du numérique en 2017.

Tes attentes personnelles par rapport à la nouvelle année?

Nous sommes confrontés à un creux à peu près tous les sept ans: en 1995, la crise immobilière, en 2001, la bulle internet, en 2008 la crise financière et depuis 2015 la crise de l'UE et la crise des réfugiés. La psychologie est une composante forte de l'économie. Même si ses finances ne vont pas plus mal, dans une telle période, le Suisse alémanique économise, par exemple sur son budget vêtements et restaurant. Avec des conséquences négatives pour les établissements dont les autochtones forment le gros des clients. En même temps, une grande partie de la restauration est dépendante du tourisme; le franc fort la fera souffrir aussi en 2017. Il est tout à fait clair que nous sommes dans un creux, et cela va persister.

Que peut faire un restaurateur pour se sortir avec le moins de dommages possibles de ce creux?

Tu ne peux intervenir que de manière ponctuelle, attirer les groupes, faire des offres spéciales et peut-être baisser les prix. Tout en

faisant attention: plus le prix est bas, plus la marge doit être élevée. Celui qui mange pour pas cher contribue ainsi grandement à la création de valeur. Mais de manière générale, nous, les restaurateurs, sommes dépendants de points sur lesquels nous n'avons aucune influence: le valeur du franc doit s'abaisser, les salaires doivent être augmentés, ajoutons des intérêts un peu plus élevés sur les livrets d'épargne – et ça remarchera.

«Dans deux ans maximum, ce creux appartiendra lui aussi au passé.»

Tu vois donc malgré tout l'avenir proche avec optimisme?

Les circonstances négatives que je viens de mentionner ne vont malheureusement pas disparaître du jour au lendemain. Mais de nombreux restaurateurs pourront maintenir leur chiffre même dans le creux actuel. Et au plus tard dans deux ans, ce creux appartiendra lui aussi au passé. Oui, en effet, je suis confiant. Avec ma Rheinfelder Bierhalle, en plus de vingt ans et malgré tous les creux survenus, je n'ai connu aucun mois avec des pertes.

As-tu dans la situation actuelle un vœu à adresser à ton spécialiste en boissons Feldschlösschen pour 2017?

Produits, service et prestations: vous me comblez encore et toujours. Il n'y a que peu d'entreprises prêtes à livrer tous les jours comme Feldschlösschen. Mon seul vœu pour la nouvelle année est que vous puissiez au vu

du franc fort maintenir dans une certaine mesure vos prix à un niveau stable.

J'en prends connaissance avec plaisir et j'ai encore une autre question: comment évolue la consommation de bière chez toi?

Malheureusement à la baisse, et c'est en partie de la faute à Feldschlösschen.

Alors là, il faut m'expliquer!

Mes clients boivent beaucoup de lager, et la lager donne soif. Mais depuis quelques années, Feldschlösschen et d'autres brasseries n'en ont que pour les spécialités. Ce n'est pas que j'aie quelque chose contre la diversité de la bière, mais une bière brune étanche la soif.

Excuse-moi, ce n'est pas tout à fait exact!

Les points de vente qui se sont mis aux spécialités et en font la pub sur leur tireuse ont beaucoup accru leur chiffre sur la bière.

Je peux le prouver noir sur blanc.

Peut-être, mais dans un établissement comme le mien, ce sont d'autres règles qui s'appliquent. La lager y reste très populaire.

En 2017, nous lancerons encore de nouvelles bières. Es-tu intéressé?

Oui, j'aime essayer des nouveautés et me laisser surprendre. J'offre déjà maintenant à mes hôtes bien plus qu'uniquement de la lager. La Dunkle Perle par exemple fait recette. Certains clients ne boivent que des bières brunes. Et je conviens volontiers que la Bière de Noël marche aussi très bien chez nous. Moi aussi, je suis certaines tendances, un restaurateur n'y échappe pas.



La Rheinfelder Bierhalle sur la très fréquentée Niederdorfstrasse à Zurich.

ÉDITION LIMITÉE

+ L'INTENSITÉ +
D'UNE LÉGENDE



— 1128 —
+ GRIMBERGEN +
BIÈRE D'ABBAYE - ABDIJBIER

PRINTEMPS

Anne-Marie Minder d'Hotelleriesuisse

«Il nous faut de nouveaux concepts et idées»

Sur quels thèmes va se pencher la branche de l'hôtellerie suisse en 2017? Comment l'association épaula-t-elle ses membres pour venir à bout des défis? Anne-Marie Minder, membre de la direction d'Hotelleriesuisse et hôtesse de l'Hôtel du Rhône à Sion, compare l'année qui commence avec les années passées – et se projette dans l'avenir.

SOIF: Anne-Marie Minder, 2017 sera-t-elle bonne pour l'hôtellerie?

Anne Marie-Minder: Je dirais qu'elle sera comme l'année dernière, contrastée. Le combat continue. La décision lourde de conséquences de la Banque nationale date d'il y a deux ans et le choc est en passe d'être digéré, mais le franc reste fort. Nous n'avons pour ainsi dire plus de vacanciers allemands en Valais. Et maintenant, le pompon: le Brexit! C'est le flou complet pour Verbier par exemple. Les nombreux jeunes Britanniques sensibles aux prix y passeront-ils de nouveau leurs vacances cet hiver?

Ces dernières années, des facteurs d'incertitude tels que la monnaie ont fortement marqué l'hôtellerie. L'insécurité est-elle inhérente à la branche?

Il est vrai que le cadre est devenu beaucoup plus instable les années passées. Mais oui, des facteurs d'incertitude comme la météo ont de tout temps grandement influencé l'hôtellerie. La fatalité fait un peu partie de notre métier. Nous disposons cependant d'un atout: vivre dans un pays très sûr.

Vous n'êtes pas maître de la météo. Quels sont les plus grands défis que votre branche puisse et doive prendre à bras-le-corps?

Les cantons de montagne ont des besoins très élevés en matière de rénovation. La succession est aussi un sujet très actuel, car l'hôtellerie familiale n'a pas de relève. Et puis la loi sur les résidences secondaires: nous avons le droit de transformer des hôtels qui ne sont plus rentables à 50% en résidences secondaires – mais que faire avec le reste? La saison est de plus en plus courte, pourquoi les gens devraient-ils aller en novembre à la montagne? Comment faire revenir les touristes allemands en Suisse?

Que répondez-vous à ces questions?

Il nous faut de nouveaux concepts et idées, notre région touristique et son hôtellerie doit se démarquer de la masse. Nous devons innover. C'est la solution à beaucoup de choses.

Comment Hotelleriesuisse aide-t-elle ses membres à venir à bout de ces défis?

Le travail politique prend de plus en plus d'importance et occupe une place centrale pour nombre de nos préoccupations. Notre équipe de lobbying est très calée en politique fédérale, notre président Andy Züllig a aussi un excellent réseau. Nous formulons des problèmes, cherchons des alternatives, disposons d'un très bon service juridique et d'une très bonne classification, c'est une garantie de qualité. Et nous essayons de tirer avantage pour nos membres de nos Preferred Partner. Mais sur le fond, oui, cette question n'est pas vraiment simple...

Qu'entendez-vous par là?

Nous fédérons 3000 hôtels très différents, ce n'est pas possible de répondre à toutes les attentes. En même temps, cette diversité est justement un grand atout, car elle permet à nos hôtes d'avoir un large choix.

L'association existera-t-elle encore dans 50 ans?

Oui, j'en suis sûre, mais peut-être sous une autre forme, moins centrée sur les membres, plutôt comme organe de conseil. Et peut-être fusionnée avec d'autres acteurs du secteur comme GastroSuisse. Ce devrait être un objectif.



Anne-Marie Minder

Pour Anne-Marie Minder, 2017 est la neuvième et donc dernière année en tant que membre de la direction d'Hotelleriesuisse. Cette native de Glaris dirige depuis 39 ans l'Hôtel du Rhône à Sion.

Si je pouvais faire un souhait pour 2017, ce serait...

... à titre personnel: avoir la santé, parce que c'est la base de tout, et que la réussite couronne mes amis hôteliers.

L'hôtellerie suisse est particulière, car...

... elle est très diversifiée, innovante et dynamique et car il y a de très bons jeunes hôteliers, aussi issus d'autres domaines, tous très sympathiques.

Un bar d'hôtel sans bière, c'est...

... comme un oiseau sans ailes. C'est impensable de ne pas proposer de bière et chez nous en Valais, de Valaisanne!

Découvre une autre saveur rafraîchissante

Disponible en bouteille
à fermeture mécanique
de 33 cl

Consommer
avec modération.



Feldschlösschen Braufrisch

Feldschlösschen rassemble les aventuriers



Brassée en Suisse



Casimir Platzer, GastroSuisse

«Nous pourrions nous engager pour les JO»

Une initiative pour des prix équitables et le rêve d'accueillir les jeux Olympiques d'hiver: Casimir Platzer, président de GastroSuisse et hôtelier à Kandersteg, jette un regard motivé sur l'avenir de la restauration. Pour lui, les branches doivent s'unir et les régions être capables de faire passer leurs intérêts particuliers au second plan.

SOIF: Casimir Platzer, comment envisager 2017 pour la restauration suisse?

Casimir Platzer: Le franc fort et le tourisme gastronomique continuent à nous causer du souci. Ceci dit, la situation semble se stabiliser quelque peu. L'évolution très différente selon les régions nous préoccupe. Alors que les villes s'en sortent plutôt bien, les régions de montagne souffrent considérablement. Cette évolution constitue pour de nombreuses régions l'énorme challenge de devoir quasiment se réinventer. Sur ce point-là, le besoin d'agir de concert avec l'ensemble des branches est urgent. Politique économique comme changements sociétaux nous mettent au défi de réagir.

Comment faire face?

Il nous faut de manière générale un meilleur cadre institutionnel, qui soit le plus favorable possible aux entreprises. L'initiative pour des prix équitables ouvrira la voie. D'autres dossiers actuels concernent la politique migratoire, la lutte contre le manque de personnel qualifié ainsi que la revendication de conditions identiques pour tous les acteurs du marché (nom de code Sharing Economy).

Qu'apporte concrètement l'initiative sur les prix équitables à la restauration?

De nombreux produits coûtent beaucoup plus cher en Suisse que dans les pays voisins. Avec ces suppléments injustifiés pour la Suisse, les grands groupes étrangers ponctionnent une grande partie du pouvoir d'achat de nos compatriotes et maintiennent les prix artificiellement élevés. L'initiative populaire assurerait aux entreprises suisses une réelle liberté d'approvisionnement, condition pour garantir des prix équitables aux consommateurs. L'initiative est portée avec résolution par une large alliance. Cela la rend particulièrement forte et l'aidera à passer.

Tournons-nous vers l'avenir proche.

Quels événements attendez-vous avec une impatience particulière en 2017?

La météo, la monnaie, l'économie: nous continuons à observer attentivement les facteurs déterminants pour nos affaires, d'autant plus

que nous n'avons aucune influence sur eux. Toutefois, nous pourrions nous engager ensemble pour accueillir les jeux Olympiques d'hiver. Notre pays y semble prédestiné et pourrait en tirer avantage sur de nombreux points. Ce serait formidable que les intérêts particuliers régionaux passent au second plan.

Brièvement: que signifie la nouvelle CCNT 2017 pour vos membres?

Les frais de personnel jouent un grand rôle pour l'hôtellerie-restauration, la nouvelle CCNT a l'importance correspondante. La formation initiale et continue sera plus soutenue, la pratique de réduction du salaire minimum pendant la période d'introduction ajustée, le salaire minimum

augmentera modérément de 0,3% et cinq jours de congé paternité seront payés au lieu de trois jusqu'à présent.

GastroSuisse a fêté ses 125 ans en 2016.

L'association existera-t-elle encore dans 125 ans?

Cela se présente bien: manger, boire et dormir font partie des besoins fondamentaux de l'être humain. Nous disposons aujourd'hui d'une base solide et comptons près de 20 000 membres dans l'hôtellerie et la restauration. On peut supposer que dans 125 ans, les prestataires défendront encore leurs intérêts collectivement. Ce ne sera très probablement plus moi qui dirigerai l'association...



Casimir Platzer

Originaire de l'Oberland bernois, il est président de GastroSuisse depuis deux ans et actif dans les comités de l'association depuis 1989. Il dirige le Belle Epoque Hotel Victoria à Kandersteg.

Si je pouvais faire un souhait pour 2017, ce serait...

... que nous arrivions à enthousiasmer le plus de jeunes possible pour un apprentissage dans l'hôtellerie-restauration. Ils sont un fondement important pour l'image et la prospérité de notre branche.

L'hôtellerie suisse est particulière, car...

... sa diversité régionale est forte et sa qualité élevée.

Un bar d'hôtel sans bière, c'est...

... un bar à vin!

Assemblée générale de Hürlimann Bier A.G.

Des projets pleins de charme masculin et un «HürliMANN de l'année» plein d'esprit



Beat Schlatter (président du CA de Hürlimann Bier A.G., à g.) et Thomas Amstutz (CEO Feldschlösschen, à dr.) avec Jürg Randegger, «HürliMANN de l'année 2016».

Le «centime Hürlimann»

Pour la fête des pères 2013, la marque de bière zurichoise culte Hürlimann a lancé le «Hürlimann-Rappen» ou «centime Hürlimann». La Hürlimann Bier A.G. fondée simultanément est une société anonyme au fonctionnement légèrement hors des clous sous la présidence de l'humoriste Beat Schlatter. Depuis la création de la société, un centime par Hürlimann vendue va au fonds «Hürlimann-Rappen». L'argent sert à soutenir des projets exceptionnels dans les domaines culturel, sportif et culinaire conçus par des Zurichois pour des Zurichois, des hommes, s'entend. L'objectif de Hürlimann Bier A.G., outre le financement de projets «mâles», est d'encourager les hommes à interagir socialement et de cultiver la convivialité et les traditions liées à la bière à Zurich.

www.huerlimann-rappen.ch

L'humoriste et présentateur Jürg Randegger a été sacré «HürliMANN (homme Hürlimann) de l'année 2016» lors de la quatrième assemblée générale de Hürlimann Bier A.G. le 10 novembre au Volkshaus de Zurich. Le président du conseil d'administration Beat Schlatter y a présenté les projets masculins qui bénéficieront d'un soutien financier du fonds «Hürlimann-Rappen».

La légende de l'humour Jürg Randegger peut désormais se targuer d'être «HürliMANN de l'année 2016». Les actionnaires l'ont choisi en amont de l'assemblée générale du 10 novembre parmi quatre nominés pour recevoir cette distinction. Les spectacles de Jürg Randegger avec le Cabaret Rotstift avaient fait rire Zurich et la Suisse entière pendant plus de 45 ans. Et ce fringant octogénaire zurichois a su enflammer la nation pour le jass grâce à plus de 400 émissions présentées à la télévision.

Une chaise à lui au Volkshaus

Depuis 2014, Hürlimann Bier A.G. récompense par l'attribution une fois par an de l'«HürliMANN de l'année» un homme qui, dans le canton de Zurich, s'engage particulièrement pour ses semblables. Le conseil d'administration remet au vainqueur une chaise gravée à son nom au restaurant Volkshaus de Zurich. Les prédécesseurs de Jürg Randegger comme «HürliMANN de l'année» sont le légendaire reporter radio Walter Scheibli (2014) et le membre fondateur de Yello Boris Blank (2015).

Les projets lauréats

Les actionnaires présents ont voté durant l'assemblée générale pour déterminer quels projets «masculins» déposés au cours de l'année subventionnera le fonds «Hürlimann-Rappen». Pour pouvoir être soutenu, un projet doit contribuer à l'objectif de Hürlimann Bier A.G. (voir encadré en bas à gauche). Les projets suivants obtiennent cette année un soutien financier au titre du «centime Hürlimann»:

- **SHAMPOOING HÜRLIMANN:** ce shampoing est basé sur les mêmes matières premières que celles de la bière Hürlimann.
- **LIVRE DE RECETTES MENÜ-1:** ce livre de cuisine Hürlimann contient des recettes «à la Hürlimann».
- **CAMOUFLAGE DE TATOUAGE:** les hommes auxquels un tatouage ne convient plus (par exemple le nom de leur ex-copine) bénéficient d'une participation financière pour le faire recouvrir.
- **COURSE AUTOMOBILE SUR CIRCUIT MINIATURE CARRERA:** le fonds «Hürlimann-Rappen» soutient la Swiss Slot Car Racing League.

«Martini Höck» à Lucerne

Les célébrités de Suisse centrale trinquent aux vertus helvétiques

Le «Martini Höck» à Lucerne est une rencontre traditionnelle qui eut lieu pour la 14^e fois déjà début novembre 2016. Environ 300 hôtes du monde économique, politique, culturel et sportif acceptèrent l'invitation de la brasserie Feldschlösschen et se retrouvèrent au Grand Hôtel National à Lucerne. Décoré pour les fêtes de Noël, le char à bière et les imposants chevaux de brasserie les accueillirent à la porte d'entrée.

Bière exclusive

Dans son discours, Thomas Amstutz attira l'attention sur les valeurs de l'humanité, le respect et la franchise. «Ces composantes sont une partie importante des vertus helvétiques, desquelles nous pouvons être fiers et auxquelles j'aimerais trinquer ce soir avec vous», a déclaré le CEO de Feldschlösschen en levant son verre de bière. Les hôtes terminèrent la soirée en discussions animées avec la bière Feldschlösschen brassée exclusivement pour le «Martini Höck» de Lucerne.



Markus Wicki (Hirschen, Oberkirch) et Roger Widmer (Restaurant 1871, Lucerne).



Discussions intéressantes au Grand Hôtel National à Lucerne.



Une petite causerie autour d'une bière bien fraîche ne se fait pas sans les chevaux de brasserie.



Beat et Susanne Kaufmann (Hotel Bellevue, Sursee) trinquent avec Patrick Bettler (Feldschlösschen Sales Manager) en présence des chevaux de brasserie.



Le CEO de Feldschlösschen Thomas Amstutz, la reine de la lutte suisse Sonia Kälin et le lutteur Benji von Ah (de g. à dr.) prennent la pose pour les photographes.



L'ancien pilote de course Walter Brun (Brun Betriebe) avec sa conjointe Sylvia Zanni.



Une châtelaine sert de la bière fraîche à Marco Staubli (Staubli Getränke, Muri), à Thomas Amstutz (CEO de Feldschlösschen) ainsi qu'à Hanspeter et Marco Bösch (Bösch Getränke, Baar).

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

LA ZWICKEL NON FILTRÉE, RICHE EN FRAÎCHEUR ET
EN CARACTÈRE, L'AMRICH WEIZEN ET SA NUANCE
D'ABRICOT OU NOTRE PALE ALE BRASSÉE
AVEC LE MEILLEUR HOUBLON BRAVO.



FIERS DE NOTRE BIÈRE.

Buvons une bière avec Gunar Splanemann de l'agence Sturm und Drang

«L'enjeu est de proposer du sens»

On se bouge le derrière et on cherche des partenaires compétents, chers restaurateurs! Tel est le conseil de Gunar Splanemann de l'agence allemande Sturm und Drang. Quelles tendances cela cache-t-il et quelles autres surprises l'avenir réserve-t-il aux secteurs de la restauration et de la bière? Le chercheur-consultant livre ses explications à SOIF.

SOIF: Gunar Splanemann, le dénominateur commun de tous vos projets est le regard tourné vers l'avenir. Comment vous y prenez-vous?

Gunar Splanemann: Ce qui est fascinant, c'est que nous ne pouvons pas vraiment voir dans le futur; nous devons interpréter correctement les signaux dans l'instant présent pour savoir ce qu'apportera le futur.

Lorsque vous interprétez les signaux pour les restaurateurs, quelles tendances percevez-vous? À quoi doivent-ils s'attendre?

À une restauration mobile; manger et boire ne se feront plus à l'intérieur mais seront possibles partout, à toute heure. On le voit déjà avec les «food trucks». Il faut penser la restauration hors les murs. Cela cadre avec la tendance de brouiller les frontières. À New York, il y a une cafétéria Ralph Lauren où mode et café se rejoignent. De telles coopérations peuvent être intéressantes. Le restaurateur doit se demander: qu'est-ce qui me correspond? Puis-je faire cause commune avec le boucher? Combiner sushis et rösti? Il s'agit de rapprocher des cultures différentes.

D'après votre expérience, les restaurateurs sont-ils prêts à ces réflexions d'un nouveau type?

Les restaurateurs de haut niveau le font! Le «Noma» à Copenhague est un bon exemple: son concept mise entièrement sur le durable, tout ce qui est vendu dans la «ferme urbaine» y a poussé. Cela montre qu'il en va de plus que la consommation, il en va d'une action porteuse de sens. L'enjeu est de proposer du sens. Cela vaut pour tous les restaurants et comprend tous les domaines, comme traiter ses employés correctement.

D'autres tendances?

Le retour aux sources est une «contre-tendance» forte. Dans une société mondialisée, la nostalgie de l'authentique, du caractère personnel, individuel s'intensifie. Mais cela ne doit pas être synonyme de blocage sur la même chose des décennies durant. Il faut au contraire créer un lien avec les aliments, montrer d'où ils viennent: la provenance locale est le nouveau bio. Beaucoup soupirent après le bon vieux temps, où tout était prévisible, à taille humaine. Cela nous rend la cuisine bourgeoise à la sauce moderne si désirable. S'en rapproche la tendance «nose to tail», qui consiste à recommencer à manger toutes les parties d'un animal.

Actuellement, les magasins éphémères «pop-up» font un tabac. Quelle conclusion en tirer?

Le client exige à intervalles réguliers un nouvel univers sensoriel ou gustatif, il faut constamment se réinventer. L'horizon des sens doit s'élargir; il ne s'agit plus seulement de savourer une bière, mais de vivre une expérience qui passe par les cinq sens.

À propos de bière: qu'est-ce qui succédera à la vogue des bières artisanales?

Cette mode occupe la branche entière, elle ne disparaîtra pas, mais connaîtra une différenciation avec des combinaisons de mondes totalement nouveaux. Comment par exemple unir café et bière? Il y a une multitude de nouveaux produits rebelles de composition radicale dont les inventeurs se soucient peu du décret sur la pureté de la bière, mais enfreignent volontairement les règles pour se singulariser. D'ailleurs, connaissez-vous la première bière brassée à partir d'une analyse de données? Jetez un œil à brewedbydata.com. L'utilisation des données est une tendance sérieuse dont nous n'avons pas encore parlé. Grâce aux données personnelles, nous pouvons mieux connaître le consommateur.

Aujourd'hui, beaucoup d'évidences sont remises en question. Pour conclure, que conseillez-vous aux restaurateurs?

Tous doivent se demander: que symbolisons-nous? Quelle est notre raison d'être? Il faut avoir la force de dissoudre les schémas existants et remettre ainsi en question des modèles d'entreprise. C'est du déjà vu: qu'aurions-nous si tous les foyers de la planète officiaient comme hôtels? Airbnb. Si tout un chacun était chauffeur de taxi? De la même manière, peut-être qu'à l'avenir, chacun pourra devenir restaurateur ou brasseur.



*Gunar Splanemann,
Director of Innovation
Strategy, conseille les
entreprises souhaitant
innover.*



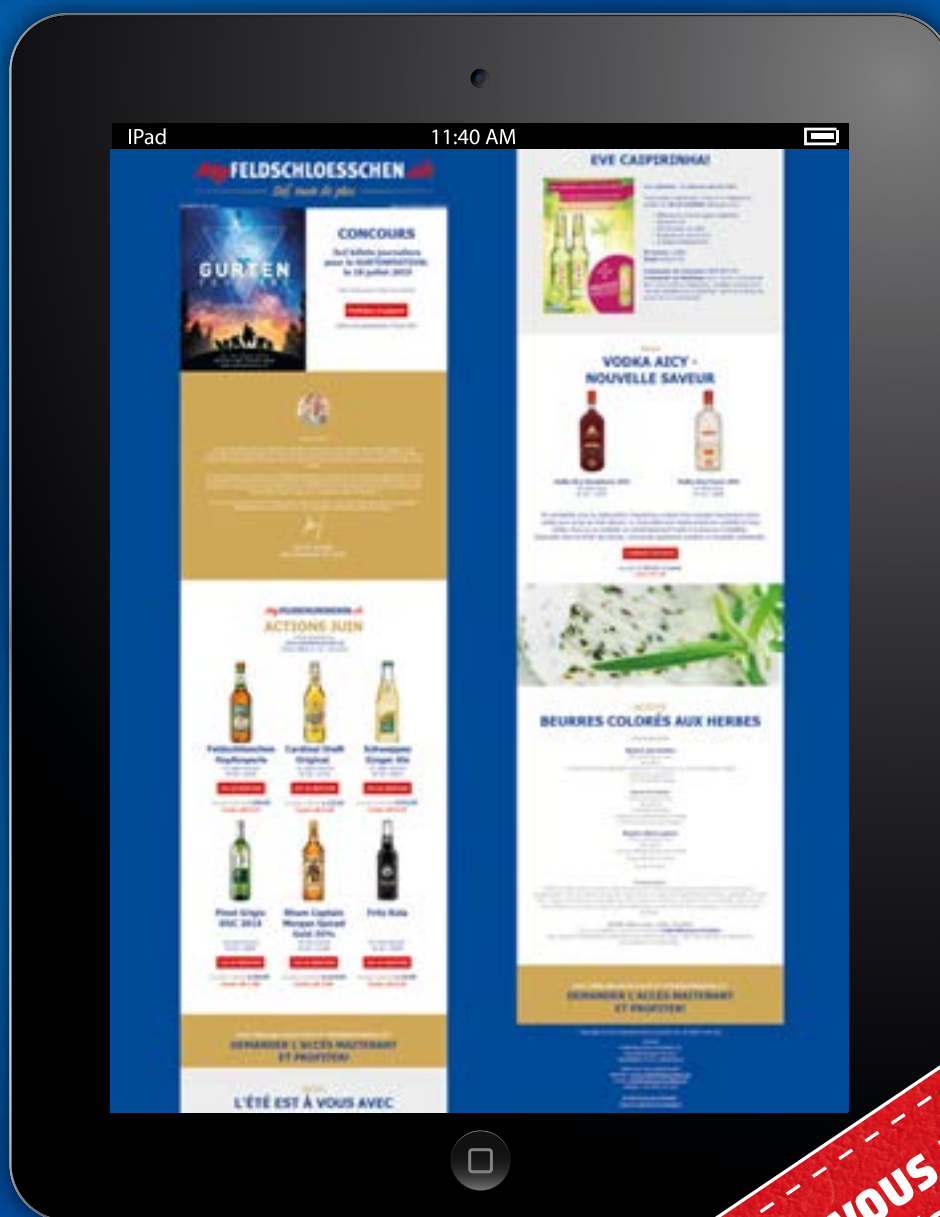
NEWSLETTER

MyFELDSCHLOESSCHEN.ch

Soif, envie de plus

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

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



ABONNEZ-VOUS MAINTENANT!
www.myfeldschloesschen.ch

À gagner:

5 × 2 entrées: laissez-vous transporter par la magie d'Art on Ice depuis une loge VIP!



En 2017 aussi, Art on Ice offre un spectacle inoubliable avec un show plein de dynamisme et de couleurs.

Art on Ice 2017:

avec le retour de Sarah Meier

Après Art on Ice 2015, Sarah Meier avait déclaré la fin de ses activités de patinage artistique au plus haut niveau. La championne d'Europe 2011 avait même ajouté: «Je suis sûre de ma décision. Sauf si James Morrison participe comme guest-star.» Or, voilà que le chanteur britannique est guest-star d'Art on Ice du 2 au 5 février 2017 – et Sarah Meier de retour sur la glace.

Loges exclusives

Vous pouvez assister en direct au spectacle au Hallenstadion de Zurich – dans une loge exclusive avec une vue parfaite et des délices culinaires soigneusement sélectionnés. SOIF tire au sort 5×2 places en loge VIP pour la représentation du samedi 4 février 2017. Trouvez la solution et, avec un peu de chance, vous passerez une soirée inoubliable à Zurich.

Connaissez-vous le contenu de l'agenda 2017? Alors ce quiz ne devrait pas vous poser de problème. Les lettres des six bonnes réponses forment le mot de la solution.

1. Que fête la Suisse le

28 avril 2017?

- D** la journée du lait suisse
- C** la journée de la bière suisse
- U** la journée du chocolat suisse

3. Quel grand jubilé sera célébré en 2017?

- A** les 500 ans de la Réforme
- L** les 1500 ans de l'Islam
- T** les 2000 ans de l'Église catholique

5. Quelle fête aura lieu le 17 avril 2017?

- K** la Toussaint
- A** la Saint-Berthold
- T** le lundi de Pâques

2. Dans quel pays sera élu en 2017 un nouveau Parlement?

- R** Allemagne
- O** Suisse
- C** Italie

4. Quel film de l'année 1987 se passe en 2017?

- A** Les Ailes du désir
- L** Predator
- F** Running Man

6. Quel tube du groupe «Los Lobos» a envahi le hit-parade à l'été 1987?

- K** La Bomba
- S** La Bamba
- C** La Bambi

La solution est: _____

Veuillez envoyer le mot de la solution et vos coordonnées par fax au 058 123 42 80 ou par e-mail à durst@fgg.ch.

Dernier délai d'envoi: **10 janvier 2017**

Gagnants novembre 2016

Ont gagné chacun une tireuse mobile Select 10 d'une valeur de 290 francs pour la populaire Feldschlösschen Hopfenperle ou pour la Cardinal Spéciale corsée: **Roman Koller** (Balterswil), **Manuela et Stéphan Gerber** (Tea-Room Le Gottau à Saint-Aubin) et **Serge Gremion** (Chamblon). 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 de la 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

Lukas Roduner, restaurant Schwendelberg

Ma vie de restaurateur, facilitée par myfeldschloesschen.ch

Commander à toute heure et de partout en quelques confortables clics, jeter un œil aux statistiques, créer des tenues pour le personnel, trouver de nouveaux produits, bénéficier de promotions et plus encore: Lukas Roduner ne peut plus se passer de myfeldschloesschen.ch. Le gérant du restaurant Schwendelberg nous dévoile comment il utilise la plate-forme et en quoi les contacts personnels sont pour lui encore importants à l'ère du numérique.

Tôt le matin, au restaurant Schwendelberg près de Horw, Lukas Roduner est assis devant son ordinateur, en surplomb du lac des Quatre-Cantons. Son employée Lili Santos a besoin de nouveaux habits d'hiver. Sur myfeldschloesschen.ch, il choisit la couleur, la taille et les logos qu'il place lui-même sur la veste. «Quelques clics, dit le restaurateur, et la veste est commandée.» De même que les vêtements, Lukas Roduner commande toutes ses boissons en ligne. «Les restaurateurs travaillent de manière atypique. Souvent, nous n'avons le temps de passer des commandes que quand plus personne n'est joignable. Comme myfeldschloesschen.ch est disponible à toute heure et de partout, le site web nous facilite énormément le travail. Cela m'est même déjà arrivé de commander par smartphone pendant mes vacances.»

Un catalogue complet

Lukas Roduner tient le Schwendelberg depuis sept ans. Ici, de nombreux clients l'appellent «gardien de refuge». De nos jours, les «gardiens de refuges» savent à l'évidence apprécier les avantages du monde numérique. «Je ne fais pas que commander ma marchandise sur myfeldschloesschen.ch, explique ce natif de Hinwil, j'y consulte aussi listes et statistiques. Ainsi, j'ai toujours une vue d'ensemble de l'activité des derniers mois et semaines.» C'est aussi en ligne qu'il s'informe sur les nouveaux produits, le matériel publicitaire et les promotions. «Myfeldschloesschen.ch constitue pour moi le catalogue complet de mon professionnel des boissons. Outre les commandes de boissons et tenues, cette page m'offre la possibilité d'élaborer d'autres choses comme mes cartes de bières et des posters, et même de les assortir à mon établissement. Un atout immense pour nombre de restaurateurs.»

Contacts personnels

Lukas Roduner s'entretient des avantages de myfeldschloesschen.ch avec le Sales Manager



Lukas Roduner (à g.) montre à Lili Santos et Frank Kanschat la veste qu'il a commandée en ligne.

Frank Kanschat. «Même dans le monde numérique, le contact personnel est important», insiste-t-il. Justement, à ses yeux, le contact humain est l'alpha et l'oméga des affaires des restaurateurs. «Des sites internet comme myfeldschloesschen.ch ne doivent pas remplacer le contact personnel. Leur tâche est de le compléter opportunément. Cela en fera une précieuse ressource.»

Chat sans file d'attente

Mais des contacts personnels sont aussi possibles en ligne. «J'ai déjà utilisé la fonction <chat>. Heureusement, pas de file d'attente sur myfeldschloesschen.ch, on parle à une personne compétente du Telesales en l'espace de quelques secondes», raconte Lukas Roduner. Et d'ajouter que c'est bon à savoir, «car même

en tant qu'utilisateur chevronné, on peut avoir un problème sur une plate-forme internet».

Presque pas de papier

Frank Kanschat acquiesce: «Le chat, c'est vraiment cool. Comme le site dans son ensemble, il est utilisé surtout par la jeune génération de restaurateurs, tandis que de nombreux aubergistes plus âgés préfèrent encore gérer leur commerce en analogique.» Le «gardien de refuge» Lukas Roduner s'écrit dans un élan juvénile: «Commander par téléphone? Pour moi, plus question! En fait, depuis que votre plate-forme existe, je n'ai plus besoin de papiers de Feldschlösschen – sauf peut-être le SOIF que je feuillette volontiers à chaque fois.»

www.schwendelberg.ch

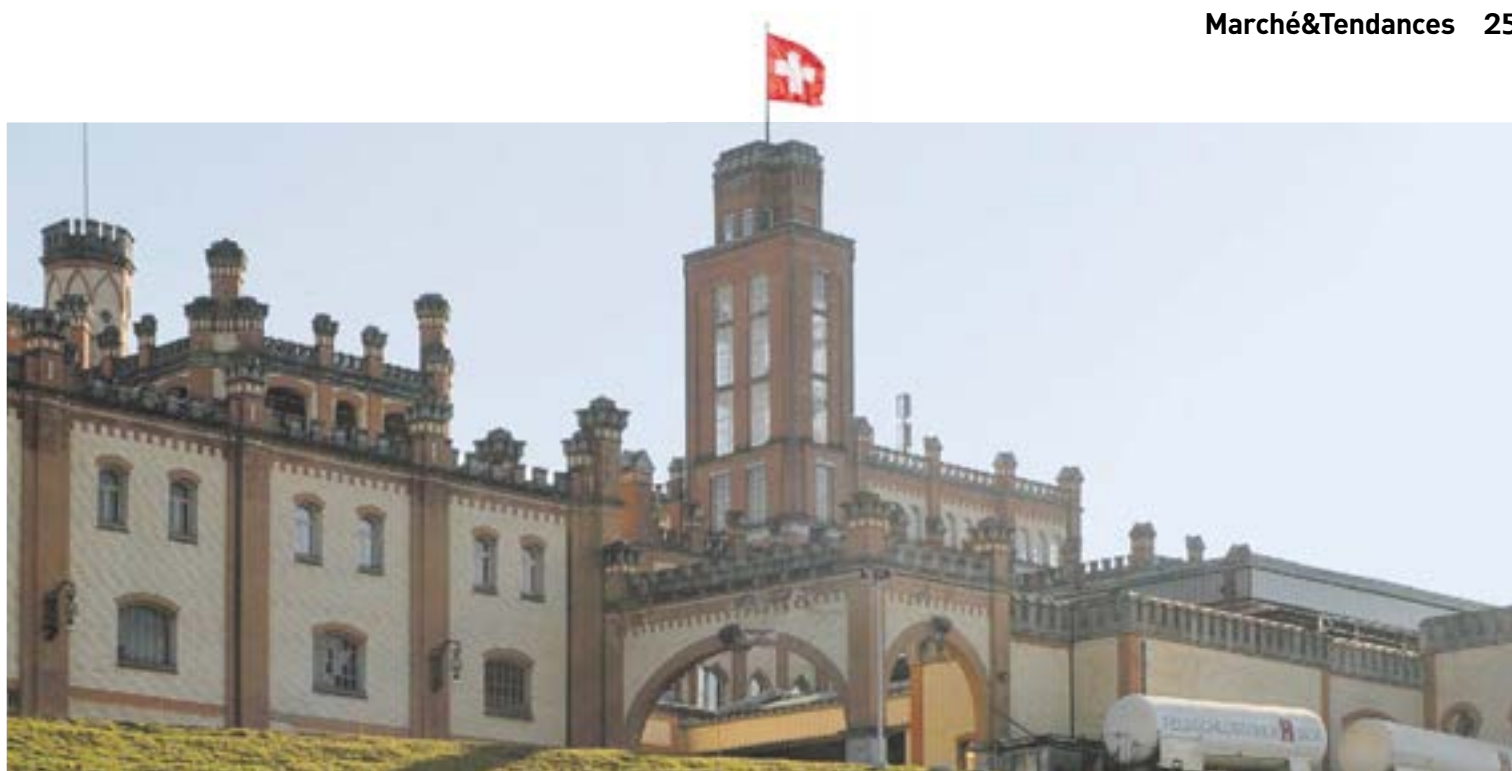
SWISS PREMIUM SELECTION

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



SYMPATHIQUE. ECONOMIQUE. AUTHENTIQUE.

WWW.SWISS-PREMIUM-SELECTION.CH



«Swissness» au château: avec la nouvelle loi, la plus grande brasserie de Suisse brasse bien évidemment encore de la «bière suisse».

Nouvelle législation «Swissness»

La bière suisse reste de la bière suisse

La nouvelle loi «Swissness» entrera en vigueur en 2017. Il a finalement été tenu compte de ce qui avait entre-temps déclenché un tollé parmi les brasseurs: en tant qu'ingrédient principal de la bière, l'eau lui «confère ses caractéristiques essentielles». De la bière brassée en Suisse avec de l'eau suisse peut continuer à être désignée «bière suisse».

Le label «Suisse» est une marque reconnue dans le monde entier, gage de qualité et de grande valeur. Aussi les consommateurs sont-ils prêts à mettre un peu plus la main à la poche pour des produits suisses. Le prestige élevé de la «suissitude» a suscité l'apparition de plus en plus fréquente de marketing indélicat. À titre d'exemple, une société japonaise vendait un produit laitier fabriqué au Japon comme «Swiss Caramel Cafe Latte» avec une croix suisse sur l'emballage.

Au moins 80 % de «Suisse»

Jusqu'ici, les indications de provenance suisses n'étaient pas protégées de la concurrence déloyale et des abus. La nouvelle loi apporte des nouveautés, à savoir que pour pouvoir vanter un produit comme étant «suisse», il faudra remplir des conditions strictes.

Pour les denrées alimentaires, les matières premières sont déterminantes: le produit doit être constitué à au moins 80% de matières premières suisses. L'eau n'est en principe pas prise en compte dans le calcul, à l'exception des boissons auxquelles elle confère les caractéristiques essentielles et si elle ne sert pas

à la dilution. C'est le cas pour l'eau minérale naturelle et aromatisée, et pour la bière.

A contrario, l'eau n'est pas essentielle pour déterminer les caractéristiques de boissons à base de jus de fruit ou de lait.

Frayeur pour les brasseurs suisses

La nouvelle loi a du reste failli signer l'arrêt de mort de la «bière suisse». Parce que le Conseil fédéral voulait empêcher que toutes les boissons contenant une grande quantité d'eau suisse soient désignées «boissons suisses» (par exemple des boissons à base de jus de pommes cueillies à l'étranger), l'eau n'était pas censée compter comme matière première, sauf pour les eaux minérales et de source.

Cela souleva un tollé, particulièrement chez les brasseurs, la bière étant constituée à 90% d'eau. En dehors du fait qu'il n'existe pas en Suisse de culture d'orge de brasserie à grande échelle, et que l'on n'y trouve qu'une seule malterie située en Suisse romande, raison pour laquelle le malt doit principalement être importé de l'Union européenne, aucune bière suisse n'aurait selon la nouvelle loi pu respecter la règle des 80%.

Heureusement, la critique a été entendue. Le Conseil fédéral a précisé les règles et créé l'expression magique «caractéristiques essentielles» qui permet aux brasseurs suisses de continuer à utiliser la «provenance suisse» comme publicité, à condition de brasser leur bière avec de l'eau suisse et en Suisse.

La croix suisse autorisée à rester

Un point essentiel, notamment pour Feldschlösschen, plus grande marque de bière nationale depuis des générations. La croix orne nombre d'emballages et étiquettes de nos bières nationales et régionales. En outre, «Valaisanne» a le droit de continuer à porter ce nom – les indications régionales de provenance doivent en effet également remplir les conditions requises par la loi «Swissness».

Celle-ci s'applique aussi aux restaurants. Mais selon le produit, les 80% sont difficiles à calculer. Si vous n'êtes pas sûr d'agir légalement en nommant votre saucisse ou votre muesli «Berliner Wurst» ou «Schweizer Bircher muesli» dans votre carte, l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle saura vous répondre.

www.ige.ch/swissness


Queen's

PRÉSENTE

THE FAMILY



0.99
CHF PAR LITRE*

**LES NOUVELLES BOISSONS
DÉSALTÉRANTES DÉCLINÉES EN SIX SAVEURS,
EN BOUTEILLES DE 1.5L, AVEC UN RAPPORT
QUALITÉ-PRIX EXCEPTIONNEL POUR
LA RESTAURATION SUISSE.**



WWW.QUEENS.CH

*LISTE DE PRIX GASTRONOMIE / LIVRAISON DIRECTE PAR FELDSCHESSCHEN BOISSONS SA

Restaurant Seeblick

Magie de Noël à l'idyllique lac de Burgäschi

Evi Schweizer gère depuis cinq ans le «Seeblick» au bord de l'idyllique lac de Burgäschi avec terrasse donnant sur le lac, coin cosy et plage. Elle a opté il y a un an pour Feldschlösschen comme partenaire. Cette native du Valais loue l'«excellent suivi» et raconte avoir composé à partir de l'assortiment de «The Bottle» une carte des vins qui marche du tonnerre auprès des clients.

«Les visiteurs doivent ressentir l'âme de la demeure»

Le choix de son spécialiste en boissons est tout récent, tandis que la magnifique décoration du Seeblick sur le thème de Noël est, elle, bien connue. Evi Schweizer: «Mon but est de refléter l'ambiance de la nature à l'intérieur. Il me tient à cœur que les visiteurs ressentent l'âme de la demeure.»

La restauratrice décore son établissement détenteur du «Poisson d'Or» en y mettant cœur et amour toute l'année. «Ici, au lac, on perçoit le passage des saisons avec beaucoup d'intensité. Nos hôtes apprécient que je restitue les différentes ambiances à l'intérieur.»

www.seeblickburgaeschi.ch



Atmosphère de Noël au lac de Burgäschi dans le canton de Soleure.

Boomerang Bar à Jona

Real Australian lifestyle au milieu de la Suisse



Manu Rigamonti dans son Boomerang Bar.

Depuis presque six ans, Manuel Rigamonti gère le Boomerang Bar à Jona. Auparavant il travaillait dans le secteur événementiel. Naturellement il organise régulièrement des événements au Boomerang Bar: les soirs de week-ends, il engage des DJ et il y a souvent de la musique live. C'est le «real Australian lifestyle» qui plaît aux clients du Boomerang, dit Manu Rigamonti: «Nous visons à reproduire en Suisse la vie de l'outback et l'ambiance australienne. Tous ceux qui ont déjà séjourné en Australie peuvent s'identifier à ce bar.»

Grande offre de bières

L'été passé, Manu Rigamonti a fait construire une terrasse et un nouveau plateau de danse.

Le partenariat avec Feldschlösschen est également nouveau. L'offre gigantesque de bières fut déterminante quant au choix de la plus grande brasserie de Suisse, dit le gérant du Boomerang. Il ajoute: «Nous voulons offrir une carte diversifiée aux clients, et ainsi notre gamme inclut des spécialités comme la Valaisanne Bière de Cave ou Brooklyn.»

Bien-aimée Corona

Les bières les plus populaires sont Feldschlösschen Original, Feldschlösschen Braufrisch, Hürlimann et – ce qui plaît particulièrement à Manu Rigamonti – Corona. Le restaurateur aime cette bière mexicaine. «Elle est rafraîchissante et la marque est tout simplement d'enfer.»

www.boomerangbar.ch



Hans-Peter Drexler, Braumeister



TAP7 Mein Original



Il y a toujours une alternative.
Mais seulement un original.



www.facebook.com/schneiderweisse • www.schneider-weisse.de

Biéroscope 2017

Quelle bière pour quel signe du zodiaque?

Dans la joyeuse ambiance d'une soirée tardive, la rédaction de SOIF a consulté les astres. C'est ainsi que lui fut révélé l'horoscope de la bière 2017. Découvrez pourquoi la Valaisanne Ämrich Weizen convient parfaitement au Scorpion, pourquoi les Gémeaux s'accordent avec la Brooklyn Lager et quelles bières sont compatibles avec les autres signes du zodiaque.



Bélier

21 mars au 20 avril

Bière de Printemps Feldschlösschen

C'est au printemps que le Bélier voit le jour, quand la vie reprend partout ses droits. Il débord d'une énergie qui le pousse vers l'avant. En 2017, Uranus et Saturne décupleront sa force. La Bière de Printemps Feldschlösschen convient parfaitement aux premiers rayons de soleil et à l'énergie créatrice du Bélier.



Cancer

22 juin au 22 juillet

Schneider Weisse Aventinus

Le sensible Cancer a une carapace coriace et un cœur tendre néanmoins difficile à conquérir. Les étoiles lui prédisent pour 2017 un tourbillon émotionnel qu'il accompagnera idéalement de Schneider Weisse Aventinus: la première bière de froment double bock de Bavière est tout feu tout flamme, tout en restant équilibrée.



Balance

24 septembre au 23 octobre

Smithwick's Irish Ale

Dans sa quête d'harmonie et de satisfaction en 2017, la diplomatique Balance pourra compter sur le soutien de Jupiter. Grâce à la Smithwick's, le calme s'accroîtra dans sa vie. Cette Irish Ale ne titre que 3,8% vol., mais son agréable pétilllement soulignera sa particularité au palais des gourmets.



Capricorne

22 décembre au 20 janvier

Feldschlösschen Original

Jamais un Capricorne ne trébuche sur le chemin sûr qui le mène vers le haut. Chacun de ses pas est réfléchi et dénué de peur. Tant de solidité réclame logiquement et à grands cris la Feldschlösschen Original. Ce grand classique permettra au Capricorne de rester sur la bonne voie en 2017, même quand Uranus laissera poindre le tourment à l'horizon.



Taureau

21 avril au 21 mai

Feldschlösschen Premium

Le Taureau est un bon vivant qui sait gérer ses finances. En 2017, Neptune lui apportera une manne financière. Il devra fêter cela avec une bière unique; la Feldschlösschen Premium remplit le critère d'exquisité de son goût. Le mieux pour la déguster est de le faire en automne au «Zurich Film Festival».



Lion

23 juillet au 22 août

Corona Extra

Saturne, Jupiter et Uranus veulent du bien au Lion en 2017. Il pourra faire jouer tout son charme de manière intense sous les feux des projecteurs qu'il affectionne. Dans la douceur des soirs d'été de cette année nouvelle, un sourire radieux sur les lèvres, une Corona Extra à la main... Le monde appartiendra au Lion!



Scorpion

24 octobre au 22 novembre

Valaisanne Ämrich Weizen

Le Scorpion est aussi fier, pugnace et individuel que la Valaisanne Ämrich Weizen. Le moment idéal pour savourer l'arôme raffiné d'abricot de la première bière blanche valaisanne sera la fin de l'année, quand Jupiter lui donnera des ailes pour défier ses semblables avec son aiguillon venimeux.



Verseau

21 janvier au 19 février

Valaisanne Pale Ale

Le grotesque exerce un attrait magique sur le Verseau. En 2017, ce contemporain visionnaire ne pourra résister à la proposition de Mercure d'opter pour une Valaisanne Pale Ale. Le houblon aromatique Bravo confère à cette Single Hop Pale Ale son caractère hors pair. Et elle associe de subtiles notes de malt torréfié à une touche délicate de fruits séchés et mandarine fruitée.



Gémeaux

22 mai au 21 juin

Brooklyn Lager

La Brooklyn Lager a deux visages, comme les Gémeaux: la bière artisanale de New York est à la fois forte et digeste. Elle garantit aux Gémeaux la variété à laquelle ils aspirent tant. Poussés par Uranus, le palais choyé par la Brooklyn Lager, les Gémeaux auront encore plus de facilité à nouer des contacts en 2017.



Vierge

23 août au 23 septembre

Guinness West Indies Porter

Robuste, les deux pieds sur terre: la Guinness West Indies Porter, c'est une sensation particulière – comme la Vierge. Aucun détail ne lui échappe, elle peut refaire le monde. Quand le soleil tempérera son élan vers la perfection dans la deuxième moitié 2017, elle pourra tout à fait se détendre avec une Porter bien maltée.



Sagittaire

23 novembre au 21 décembre

Grimbergen Rouge

Avec le feu comme élément, l'indépendant et optimiste Sagittaire a besoin d'aventure. Grimbergen Rouge le lui dispute facilement en vivacité. Le meilleur moment pour siroter l'ale belge à l'arôme de fraise sera l'été, quand son cœur battrà la chamade sous le coup des premiers émois amoureux provoqués par Mars.



Poissons

20 février au 20 mars

Greene King IPA

Par la force de Mars et Vénus, le Poisson connaîtra un début d'année tout en complicité intime. Ivre de son bonheur amoureux, il ne manquera pas de boire une Greene King IPA. Avec cette subtile India Pale Ale, aussi difficile à comprendre que le Poisson lui-même, 3,6% vol. et l'extase au fond du gosier ne sont nullement contradictoires.

Magie des fêtes au restaurant Feldschlösschen

Un houblon qui confère une note moderne au menu de Noël et à son traditionnel canard

Ce menu de Noël du restaurant Feldschlösschen à Rheinfelden allie tradition et modernité: pour accompagner le magret classique, le chef Michael Kratz crée à partir de houblon une vinaigrette décalée et des boulettes de pomme de terre d'un nouveau genre. Pour cet amateur de bière, la boisson à marier avec ce plat de fête est tout simplement une Bière de Noël Feldschlösschen bien fraîche.



Michael Kratz présente le menu de Noël, sa collègue vient de tirer une Bière de Noël bien fraîche pour l'accompagner.

C'est dès l'entrée que le houblon joue un rôle des plus importants: le chef Michael Kratz assaisonne la mâche avec sa vinaigrette au houblon maison (voir la recette ci-dessous) et affirme: «Un gourmet perçoit nettement le houblon, qui de son côté rend la mâche vraiment intéressante.»

En plat principal, il sert du magret de canard bien rosé avec du chou frisé à la crème, un classique de Noël. Mais là aussi, Michael Kratz donne du pep à un mets traditionnel en lui ajoutant une touche moderne: le cœur des boulettes de pomme de terre qui accompagnent la viande renferme des croûtons de bretzels dont l'arôme se déploie dans toute son intensité. Michael Kratz recommande de boire une Bière de Noël Feldschlösschen avec ce plat. Pour lui, le goût de cette spécialité de saison est en harmonie totale avec celui du magret de canard.

Nombreux repas de Noël

Le restaurant Feldschlösschen se situe sur le site de la brasserie. De nombreux repas de Noël y ont lieu. Le menu avec le magret et la mâche au houblon coûte 56,50 francs et est le moins cher de trois menus préparés par Michael Kratz pour les visiteurs à Noël. Ce menu à trois plats est complété par une mousse au vin chaud et sa glace à la cannelle.

www.feldschloesschen-restaurant.ch

Ingrédients

Vinaigrette au houblon (7l)

1,2l	de bière
60g	de sel
220g	de sucre
6g	de poivre
10g	d'ail
650g	de moutarde à l'ancienne
400g	de moutarde de Dijon
5g	de houblon en pellets
3,2l	d'huile
1,2l	de vinaigre
0,4l	d'eau

Recette

Mélanger la bière, le sel, le sucre, le poivre et l'ail et bien passer au mixer. Ajouter la moutarde à l'ancienne et la moutarde de Dijon et continuer à mixer. Porter brièvement à ébullition le houblon dans un peu d'eau, incorporer au mélange. Ajouter l'huile, le vinaigre et l'eau tout en mixant.





Agenda de janvier

7&8

Coupe du monde de ski (slalom et slalom géant) au Chuenisbärgli à Adelboden avec Carlsberg, partenaire de la restauration.
www.weltcup-adelboden.ch

13-15

Coupe du monde de ski (combiné, descente et slalom) au Lauberhorn à Wengen avec Carlsberg, partenaire de la restauration.
www.lauberhorn.ch

19-21

Championnats du monde non officiels de football sur neige «Arosa IceSnowFootball» avec d'ex-stars du foot à Arosa.
www.arosa.ch

Dans le prochain numéro de SOIF

Feldschlösschen rassemble les sportifs: dans l'édition de février de SOIF, vous découvrirez comment et pourquoi la plus grande brasserie de Suisse s'engage pour le sport suisse.

Pour s'abonner à SOIF

Vous voulez en savoir plus chaque mois sur la gastronomie? Alors abonnez-vous à SOIF...

... par e-mail: durst@fgg.ch

... par téléphone: 0848 125 000

... en ligne: www.durstzeitung.ch

Regard en coulisses



Bernd Steinrücken

Senior Insights Manager

Depuis douze ans chez Feldschlösschen

Je fais des études de marché. Nous testons des produits ou concepts auprès des consommateurs à l'aide de sondages à grande échelle ou en petits groupes de discussion. Nous analysons la satisfaction des clients – ou envoyons un petit questionnaire sur l'acceptation de SOIF. Les chiffres actuels montrent que 80% des lecteurs lui attribuent la note très bien et 92% souhaitent conserver le magazine à l'avenir. Entre tous ces chiffres et ma profession, je trouve un parfait équilibre en jouant au badminton et en pratiquant le ski de fond en hiver.

TRADITION MEETS REINVENTION




ESTD 1759
GUINNESS
MADE OF MORE




THE BREWERS PROJECT
ST. JAMES'S GATE, DUBLIN