



Azione per il Campionato di calcio:
I ristoratori vanno con il loro staff a Londra e Barcellona
Pagina 5

I consigli dell'esperto:
Meglio non scaricare il proprio malumore sui clienti
Pagina 23

SETE

N. 11 | Novembre 2012

Il giornale per clienti della Feldschlösschen Bibite SA – www.giornalesete.ch



Affarone!



Prezzo netto **1.33**
invece di 1.63

EVE by Cardinal
24 x 27,5cl VR cassa

Litchi
Art. 10568

Passion Fruit
Art. 10656

Wild Orange
Art. 11267

Durata dell'azione
dal 5 al 16.11.2012

Ultimo giorno di consegna il 16.11.2012

Azione promozionale nessun diritto di rimborso

René Schudel

«La comunicazione ha tante sfaccettature»

Pagina 8

NEW



Editoriale

La giusta pubblicità



Care lettrici, cari lettori,

➔ René Schudel ha una trasmissione di cucina in TV, la migliore pubblicità che vi possa essere per il suo ristorante di Unterseen oltre che una chance per attirare nuovi clienti che la maggior parte dei ristoratori non ha. A loro, il gastronomo dell'Oberland bernese consiglia di comunicare sulla rete con i clienti, ad esempio via Facebook o Twitter. nell'intervista a **pagina 8** potete leggere quanta importanza René Schudel dà pure al classico «passaparola». Inoltre, anche con manifestazioni mirate e ripetute è possibile curare e ampliare la clientela.

Una valanga di clienti ha preso parte alla nostra azione speciale per il Campionato europeo di calcio e, quindi, al concorso per vincere tre viaggi da sogno. A **pagina 5** troverete i nomi dei vincitori e le relative destinazioni.

Naturalmente, anche questa edizione di SETE è abbinata ad un concorso. Compilate il quiz a **pagina 29** e, con un pizzico di fortuna, potrete vincere due biglietti per assistere al musical ispirato ai Queen «We Will Rock You» che si terrà a Basilea. Non mi resta che augurare un «In bocca al lupo!». ●

Daniel Zemp
Area Sales Director
Zurigo Ovest, città e Oberland

Indice



APERITIVO&ANTIPASTI	
La bevanda del mese: la Grimbergen Blonde	4
I vincitori dell'azione per gli Europei di calcio	5
OSPITALITÀ&AMICIZIA	
Per una festa aziendale di successo: sei consigli preziosi	7
L'esperto René Schudel alla TV: Internet ed il passaparola sono ancora le migliori pubblicità	8
MERCATO&TENDENZE	
Campioni degli Swiss Bar Awards a Zurigo	13
Staropramen: La birra d'oro della città d'oro	15
Cuoco d'oro: il vincitore Rolf Fuchs è un cliente Feldschlösschen	19
PEOPLE	
Soirée Cardinal a Friburgo	16
SERVIZI&CONSIGLI	
Come i camerieri diventano ancora più cordiali	21
L'esperto in comunicazione sa che è meglio non scaricare il proprio malumore sui clienti	23
Il nuovo Rhäzünser Plus mela verde	25
BIRRA&CUCINA	
La Dunkle Perle completa il sapore dell'arrosto di nocce di cervo	22
BRINDISI	
70 anni di Bahnhofbuffet Gampel	27
CONCORSO	
In palio biglietti per il musical «We Will Rock You» a Basilea	29
CONOSCETE...?	
Nuovo impianto di riempimento nel Vallese	30
ANTICIPAZIONI	
Mercato delle cipolle e luci natalizie	31

APERITIVO & ANTIPASTI

Tutto quello che c'è da sapere e qualche spunto divertente sul mondo delle bevande e della gastronomia Feldschlösschen.



Ho sentito dire...

Hitchcock a Lucerna

➔ Il 26 settembre 1972, Sir Alfred Hitchcock visitò Lucerna in occasione della prima del film «Frenzy». Allora, esattamente 40 anni fa, era presente anche

la birra più amata dagli svizzeri; così, il grande regista firmò i suoi autografi sui sottobicchieri della Feldschlösschen realizzati appositamente per l'evento. ●

**SPEDITECI
LE VOSTRE
FOTO
SPECIALI!**

Anche il vostro locale vanta un aneddoto sorprendente o divertente? Spedite una foto a durst@fgg.ch.

Lo sapevate?

L'80% degli svizzeri al di sopra dei 14 anni utilizza la rete varie volte la settimana, soprattutto per inviare e ricevere e-mail e per informarsi. 2,81 milioni di svizzeri possiedono un account su Facebook e la cifra continua ad aumentare soprattutto tra gli ultracinquantenni. Purtroppo non è possibile stabilire quanti ristoratori abbiano un proprio sito web o comunichino tramite i social media. Gli esperti pensano comunque che il 90% degli esercizi di ristorazione sia presente in rete.

.....

LA BEVANDA DEL MESE

Le giornate si fanno più corte e più fredde: è il tempo ideale per gustare, dopo il lavoro, una birra belga sostanziosa. La **Grimbergen Blonde** è una tipica birra d'abbazia dal sapore fruttato e di malto. L'ammiraglia del birrifico Grimbergen è disponibile sia in bottiglia che alla spina. Completano l'offerta in bottiglia anche la Grimbergen Double, scura e leggermente amara, e la Grimbergen Triple, caratterizzata dal color ocra e da un sapore particolare conferitole dalle diverse qualità di luppolo e dallo zucchero candito.

Tutte le Grimbergen fanno parte delle birre speciali particolarmente apprezzate dai clienti, mentre ai gastronomi garantiscono un margine maggiore e, di conseguenza, dei profitti più elevati.



I camerieri vincitori del concorso legato agli europei di calcio

Tutti felici di recarsi a Barcellona e Londra

Tre dei ristoratori che hanno partecipato all'azione speciale per il Campionato europeo di calcio organizzata da Feldschlösschen, Cardinal e Carlsberg si sono aggiudicati un viaggio per Barcellona o Londra con il proprio staff.

➔ Valeva la pena partecipare: come i loro clienti, anche i ristoratori che partecipavano all'azione potevano vincere un magnifico viaggio. Raccogliendo le schedine o i gratta e vinci e rispediti a Feldschlösschen tramite l'apposita scatola, partecipavano automaticamente all'estrazione. I fortunati vincitori avevano diritto a un viaggio in sei, per poter così vivere un'indimenticabile gita insieme al proprio staff.

I vincitori sono entusiasti. E così il cliente Cardinal Paul Naeff dell'Hôtel du Lion d'Or di Vuarrens ha potuto volare a Barcellona con il suo team. Il gruppo è stato accompagnato da Patrik Muller, Responsabile vendite. «Con temperature fino a 27° abbiamo beneficiato

della città, delle tapas e ovviamente della birra. Un applauso a Feldschlösschen per l'ottima organizzazione», elogia Paul Naeff.

Feldschlösschen ha reso gli europei ancora più emozionanti in circa 3000 locali svizzeri. Ordinando una Feldschlösschen o una Cardinal, i clienti ricevevano una schedina con cui potevano scommettere sul prossimo vincitore e guadagnare un viaggio nel paese dei campioni d'Europa. Nei locali Carlsberg i clienti hanno ricevuto un gratta e vinci con in palio un viaggio VIP per seguire una delle partite giocate in casa dall'Arsenal di Londra. ●



Sole d'autunno a Barcellona: la squadra dell'Hôtel du Lion d'Or a Vuarrens.

Per vincere un viaggio, bisogna rinviare la scatola con i tagliandi-concorso.



I VINCITORI IN BREVE

- **Feldschlösschen:** il Titanic Pub a Reinach si è aggiudicato un weekend lungo per sei persone a Barcellona con tre pernottamenti e un premio in denaro per il viaggio di 500 euro a persona.
- **Cardinal:** l'Hôtel du Lion d'Or a Vuarrens ha vinto un weekend lungo per sei persone a Barcellona con tre pernottamenti e un premio in denaro per il viaggio di 500 euro a persona.
- **Carlsberg:** al Freizeit- und Sportarena d'Adelboden è stato assegnato un viaggio per sei persone a Londra, comprensivo di volo e tribuna VIP, per assistere a una partita dell'Arsenal.

Punto di vista

«Un consiglio ha più valore di un articolo di giornale»

« Il passaparola è la pubblicità migliore e più significativa di tutte. A conti fatti, un consiglio ha sempre più valore di un articolo di giornale, ad esempio, perché è supportato da un'esperienza personale.

Credo che in campagna il passaparola abbia un'importanza ancora maggiore. In città è più facile muovere le masse, mentre in campagna, come da noi



Sacha Rösch, Fukeneh Pub a Eiken.

a Eiken, è più difficile e le relazioni personali giocano spesso un ruolo rilevante.

Quindi, affinché i clienti si sentano di consigliare un esercizio, è indispensabile fare una buona impressione. La qualità e, soprattutto, il servizio devono essere adeguati. Da noi viene molto apprezzato il fatto che stringiamo la mano ai clienti quando entrano nel Pub

e quando escono. È un ottimo modo per dare ai clienti l'impressione di essere i benvenuti fin dal primo sguardo.

Inoltre, ci sono molto utili anche i buoni rapporti che ci legano agli altri gestori. Quando organizziamo un'occasione speciale, cerchiamo di farlo sapere a tutti: anche questo è passaparola. ➔

➔ www.fukeneh.ch



APÉRO-TIME VI RACCOMANDIAMO:



BOTTIGLIA	CHF
PROSECCO 20 CL	3.30 3.15
PROSECCO 75 CL	8.50 7.70
PREZZO PALETTA	7.20 7.20
SPUMANTE ROSÉ 75 CL	9.80 8.95



Ordinate al N° 0848 80 50 10 oppure www.fgg-shop.ch e chiedete tutto il nostro assortimento vini.

Vino, semplicemente.

horeca

OSPITALITÀ & AMICIZIA

Creatività ed esperienza. In gastronomia il successo parte dalle persone.

Per una festa aziendale di successo

→ Con le cene aziendali, i gastronomi possono farsi un regalo di Natale, ma devono rispettare i seguenti punti per ottenere un successo garantito:

1 Marketing: i vostri clienti sanno che organizzate anche cene aziendali? Segnalatelo sul vostro sito internet e accennatelo anche quando conversate con qualcuno.

2 Non solo una cena: oggi non basta più una cena classica per convincere le aziende a scegliere un esercizio piuttosto che un altro. Distinguetevi dai concorrenti offrendo un evento collaterale. Che ne dite, ad esempio, di una degustazione di birre e di abbinare la birra adatta ad ogni portata?

3 Consulenza: c'è qualcuno che non beve alcolici? Ci sono allergici, vegetariani? È bene porre e chiarire tali domande subito durante il colloquio di consulenza.

4 Preparazione: pianificate con attenzione il lavoro in cucina e il servizio e date istruzioni precise ai vostri collaboratori. Siate presenti all'evento.

5 Open End: la serata finisce quando anche l'ultimo ospite se ne va. Non mettete fretta ai clienti. La cena aziendale rappresenta per molti il culmine dell'anno lavorativo e forzarne la fine sarebbe inopportuno.

6 Colloquio finale: il cliente è rimasto soddisfatto? Chiaritelo durante il colloquio finale. In questo modo, aumenteranno le probabilità di venire scelti anche il prossimo anno. ●

Più tempo da dedicare ai clienti grazie alle app

Le applicazioni per cellulari, personalizzate o standard, sono molto utili alla ristorazione, sia per le ordinazioni che per l'inventario e il marketing. E, oltretutto, fanno guadagnare al ristoratore del tempo in più da dedicare ai clienti. Feldschlösschen offre questo vantaggio ai suoi clienti già da due anni: con la app «Mobile Shop», infatti, è possibile occupare i tempi morti sbrigando compiti amministrativi come ordinare la merce direttamente tramite browser da casa o mentre si è in cantina o in viaggio. Ecco gli ulteriori vantaggi offerti ai ristoratori: la gamma di prodotti standard e le azioni attuali sono costantemente a portata di mano e, grazie al conteggio automatico della merce ordinata, si può sempre tenere d'occhio il portafoglio. La protezione dei dati è garantita dalla password personalizzata.

→ www.fgg-shop.ch/mobile



UNA BIRRA CON ...



... Remo Neuhaus, imprenditore, consulente gastronomico e fotografo

«Quali sono gli errori di comunicazione più ricorrenti nella ristorazione?»

Il primo che mi viene in mente è la totale mancanza di una strategia pubblicitaria. Ma anche la scortesia è una pratica largamente diffusa.

In quale direzione bisognerebbe orientarsi per avere successo?

Il futuro è nelle mani dei ristoranti italiani: il buon cibo e un pò d'italianità vanno sempre di moda. Ma anche il mangiar sano fa tendenza, oltre alla gastronomia legata ad eventi specifici.

A proposito di eventi: in questo caso può contare anche su un buon collaboratore.

Certo, collaboro con soddisfazione con Feldschlösschen già da diversi anni.

L'ultima occasione si è presentata per l'evento «The Finest Hour», dove sono stato ambasciatore della festa notturna più lunga dell'anno.

Cosa le interessa maggiormente della gastronomia?

La passione e la gioia che ogni ristoratore mette nel suo lavoro. Il divertimento è la chiave per il successo. >>>

→ www.neuhaus-c.ch
→ www.remoneuhaus.com

Il gastronomo e esperto René Schudel:

«Il passaparola è sempre la migliore pubblicità...»

Da circa cinque anni, René Schudel è una presenza fissa su ProSieben-Schweiz con il programma «Funky Kitchen Club» da cui trae vantaggio anche il suo ristorante «Benacus», a Unterseen. In quest'intervista per SETE, lo cliente storico di Feldschlösschen parla del suo lavoro e spiega quale tipo di comunicazione può essere utile ai gastronomi. Interessante conclusione: a dispetto di TV, Twitter o Facebook, il passaparola è ancora la migliore forma di pubblicità.

massima sono molto contento del mio piccolo format televisivo di soli 12 minuti. No, non credo che smetterò presto.

A quale tipo di pubblico si rivolge la sua trasmissione?

I diversi stili musicali di solito non parlano che ad una generazione, mentre per la cucina è diverso, è un tema che supera le differenze generazionali. Dai ragazzi sino alle persone di una certa età, tutti guardano «Funky Kitchen Club».

A proposito di ragazzi: non chiedono sempre solo hamburger e patate?

In parte è davvero così. Ma non sono soltanto i ragazzi a prendere cibi precotti da mettere nel microonde, anche le persone anziane lo fanno sempre più spesso. Sono in tanti ormai a non sapere più che il latte viene dalla mucca e non dal supermercato e anche molti miei colleghi cuochi sono poco competenti riguardo all'origine dei prodotti. Un semplice esempio: la stagionalità. Non riesco a capire come si possano mettere delle fragole nel menù dei dolci in gennaio o febbraio! Il mio capo ai tempi del mio apprendistato è rimasto il mio modello: se gli chiedevo qualcosa, non doveva andare prima a consultare Wikipedia, ma sapeva elencarmi le caratteristiche di ogni pezzo di carne e la stagionalità di ogni tipo di legumi o frutta!

«**Lei utilizza la TV per comunicare. Quali vantaggi trae dalla sua presenza in TV per il suo ristorante, ma anche personalmente?**

Grandi vantaggi! Sono su ProSieben-Schweiz da ormai cinque anni e chiaramente con la TV un po' di notorietà arriva! Ciò mi porta molti nuovi clienti che vengono dalla Svizzera tedesca e addirittura dalla vicina Germania. È sicuramente un vantaggio anche il fatto che ProSieben-Schweiz e, di conseguenza, «Funky Kitchen Club» vengano diffuse anche dal settore alberghiero in tutta Europa e sino in Russia.

Continuerà a lungo a fare questa trasmissione?

È il pubblico che lo deciderà, l'auditel. Per mia fortuna, il numero di spettatori è in costante aumento, ma dipende anche dalla stagione. Se il mercoledì sera passano una partita di calcio su un altro canale, ho sicuramente meno telespettatori che si interessano di cucina. In linea di

*Verdura di stagione:
René Schudel in
azione nella cucina
del suo «Benacus».*

E lei cerca di trasmettere il suo sapere anche ai telespettatori?

In linea di massima, la trasmissione vuole soprattutto divertire.



Urs Lindt, Freshfocus / mad

Ma è chiaro che voglio anche far passare qualche mio concetto e stuzzicare la creatività dei telespettatori. Il «Funky Kitchen Club» non è un corso di cucina, ma è bello poter trasmettere alcune cose che in parte verranno assimilate...

La maggior parte dei ristoratori non appare in tv. Quali forme di comunicazione consiglia loro?

La televisione classica oggi è già quasi un relitto di altri tempi. I nuovi media quali Facebook, Twitter e Youtube offrono possibilità migliori per comunicare individualmente.

RENÉ SCHUDEL

René Schudel è la stella nascente della gastronomia svizzera, premiato già con un «Best of Swiss Gastro Award». Ad Unterseen, presso Interlaken, il 36enne originario dell'Oberland bernese gestisce il ristorante «Benacus». E sul canale ProSieben-Schweiz cura da anni il suo angolo culinario con «Funky Kitchen Club».

→ www.reneschudel.ch

→ www.benacus.ch

→ www.funkykitchenclub.ch



Ma è davvero giusto che il gestore del grotto «Da Mario» a Losone twitti a non finire?

E perché no? Se è in relazione con il club di hockey su ghiaccio di Locarno, l'associazione ginnica femminile e i pompieri del luogo, passarsi messaggi via Twitter può essere utile. Ma bisogna anche rendersi conto che questo tipo di comunicazione richiede tempo e che i messaggi devono essere di interesse pubblico. ▶

Pomodori trafitti da una freccia come fossero cuori: René Schudel è un cuoco appassionato.

► E che cifra dovrebbe investire secondo lei un ristoratore nel sito web del suo locale?

Un sito professionale e aggiornato regolarmente è una cosa che richiede tempo, ma che offre tantissime possibilità, compresa l'interattività con i clienti oppure la messa in rete di un video pubblicitario. Siti di questo genere sono complessi da realizzare e gestire e devono essere a portata di clic anche con gli smartphone. Certo che costa! Ecco perché consiglio ai gestori di locali più piccoli la creazione di un sito statico con le informazioni principali quali: Come si chiama il ristorante? Dov'è situato? Quando è aperto? Che tipo di pietanze offre?

Intanto vi sono innumerevoli applicazioni gastronomiche. Come scegliere quelle giuste?

Internet è un mondo dai vasti orizzonti dove è facile sborsare denaro. Bisognerebbe chiedersi sempre quali sono i possibili vantaggi. Un ristorante semplice fa dunque bene a limitarsi ad una comunicazione sobria e non troppo cara.

Consiglia anche il passaparola?

Certo. Questo tipo di pubblicità è sempre la migliore di tutte, oltre ad essere la strategia di marketing la più solida, vantaggiosa e proficua, a lungo andare. Ma presuppone anche che venga fatto un buon lavoro ogni giorno e che venga appurata la soddisfazione dei clienti dopo il pasto rivolgendosi a loro con vero interesse e guardandoli negli occhi.

Ma il passaparola è importante anche per uno che, come lei, è diventato famoso grazie al piccolo schermo?

Certamente. Anche il mio «Benacus» a Unterseen funziona grazie al passaparola. Recentemente è venuta una coppia basilese da noi a mangiare che poi ci ha consigliato a dei loro co-



La cucina è la sua vita: René Schudel e il suo ristorante a Unterseen.

noscenti e, così, altri quattro clienti sono venuti da Basilea fino a noi nell'Oberland bernese. Sono molto contento. Ma sento anche il peso della responsabilità.

E gli annunci nei quotidiani locali? Sono utili?

Per aver successo, due cose sono necessarie: la salute e una patria. Per patria intendo una «base» e persone che mi incoraggiano. In quest'ottica, gli annunci nei giornali locali sono importanti. Ma la carta stampata è meno reattiva e troppo lenta in confronto a Internet. Piuttosto, è meglio mandare lettere o cartoline scritte a mano: sono ancora molte le persone che apprezzano

un tale gesto. Decisivi sono la frequenza e il momento scelto: inviare pubblicità in vista delle festività è meno significativo di un invito manoscritto per un evento nel proprio locale, il cui effetto sarà di certo maggiore.

A proposito di eventi, sono occasioni ideali per comunicare, vero?

Certo. Proporre ogni 23 dicembre un buffet a base di raclette, ad esempio, è un'abitudine che piacerà sicuramente alla clientela. Cose originali come queste

«Manifestazioni classiche come la settimana della caccia sono molto apprezzate.»

hanno spesso più successo del semplice conformarsi alle mode. Anche manifestazioni classiche, come la settimana dedicata alla caccia, sono molto apprezzate. E si fa anche qualcosa di bello per la propria «base» e per gli amici, dato che spesso i ristoratori si dimenticano di gratificare il loro entourage.

Per ultimo, bisogna pensare anche alle diverse classi sociali?

Nel locale perfetto, il banchiere è seduto accanto all'operaio e i due discutono insieme. Personalmente sono contrario a una ristorazione che si rivolge soltanto ad alcune classi. >>>

LASCIA UN SEGNO.
NON L'AMARO IN BOCCA.



FELDSCHLÖSSCHEN

PREMIUM

FELDSCHLÖSSCHEN-PREMIUM.CH



DÉCOUVRIR LES SECRETS
DES GRANDS CHEFS
N'EST PAS SI DIFFICILE.
IL SUFFIT DE S'ASSEOIR
À LEUR TABLE.



THE FINE DINING WATERS

www.finedininglovers.com

MERCATO & TENDENZE

Idee brillanti, eccellenti prodotti senza tempo. L'innovazione si sposa con la tradizione.

Elvira Bachanek è stata premiata «Barkeeper of the Year»

Gli Swiss Bar Awards sono stati conferiti a Zurigo in presenza di 500 spettatori entusiasti. Elvira Bachanek dell'Hexenbar di Zermatt ha ricevuto il titolo di «Barkeeper of the Year 2012». I sei finalisti sono stati visitati e valorati, in incognito, dalla giuria al loro posto di lavoro, prima di passare un test per iscritto. La sera degli Awards hanno poi presentato le loro creazioni. Gli altri premi sono stati assegnati all'Onyx Bar del Park Hyatt Hotel di Zurigo (per la migliore carta bevande) e al Kronenhalle Bar di Zurigo (Best Longseller Bar Award). Il premio di Best Newcomer Bar, sponsorizzato da Schweppes, è stato conferito al Pier 41 di Zugo.

→ www.swissbarawards.ch



Foto sopra: il Barkeeper of the Year Elvira Bachanek dell'Hexenbar di Zermatt in azione.

Foto a destra: Best Newcomer Bar Ruedi Zotter (organizzatore), Claudia Leuenberger (Schweppes), il campione Markus Müller (Pier 41, Zugo) e Jennifer Ann Gerber (presentatrice).



SIX Payment Services è un partner importante della gastronomia «Il pagamento con carta di credito fa aumentare il fatturato»

Anche il pagamento con carta contribuisce a rendere piacevole l'uscita al ristorante. Laurent Tschan, Senior Key Account Manager di SIX Payment Services, ci parla dei vantaggi dei pagamenti non in contanti.

➔ **Signor Tschan, di cosa si occupa esattamente SIX Payment Services?**

La nostra è una società leader in Svizzera nell'ambito dei pagamenti non in contanti. Offriamo soluzioni semplici e sicure per il pagamento con carte di credito e di debito pensate per punti vendita fisici e per l'e-commerce. Molti dei nostri terminali vengo-

no già utilizzati anche nel settore della ristorazione.

Quale terminale di pagamento preferiscono i gastronomi?

Il nostro terminale mobile, xentissimo MOBILE. I clienti possono pagare direttamente dal tavolo senza dover rinunciare alla carta di credito. All'interno e all'esterno, il terminale si appog-

gia alla WLAN o alla rete mobile in tutta sicurezza.

È possibile pagare anche la birra Feldschlösschen con la carta?

Ma certo! SIX Payment Services

fornisce soluzioni per il pagamento a ristoranti e fornitori di bevande. In Svizzera, più di 8000 esercizi di ristorazione si avvalgono dei nostri servizi. Ed è assolutamente possibile pagare la birra senza contanti. Accettando i pagamenti con carta di credito, i gestori di ristoranti e bar possono sicuramente aumentare il fatturato. I clienti, infatti, consumano di più se possono pagare comodamente con carta. ●



Laurent Tschan.

Contatti:
+41 848 66 33 33
lead.ch@six-payment-services.com
→ www.six-payment-services.com

Wie Wellness von innen. Nur besser.

Entdecken Sie das Geheimnis der Ocean Spray® Getränke mit Cranberrysaft. Sie erfahren einen fruchtig-herben Geschmack, spüren eine Erfrischung von innen und finden ein ideales Getränk, das pur oder gemixt zu geniessen ist.

Wer's einmal probiert hat, bleibt dabei.



Ocean Spray. Das Original.

Pour un bien-être de l'intérieur.

Découvrez le goût unique d'Ocean Spray® Cranberry. Vous apprécierez son goût authentique légèrement acidulé et délicieusement rafraîchissant. Profitez du plaisir et des bienfaits d'Ocean Spray Cranberry, nature ou en cocktail.

Qui l'a goûtée une fois y reste.



Ocean Spray. L'original.



Schlör AG, 5737 Menziken, www.oceanspray.ch

Rhazünser



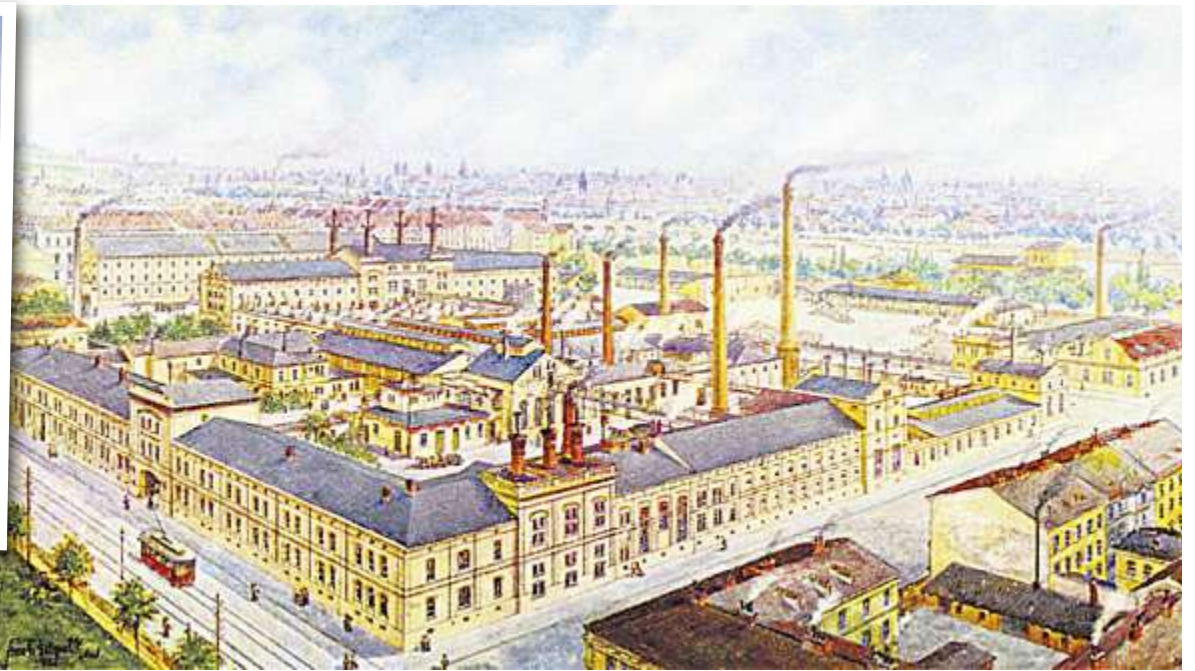
Nuovo design!

Acqua minerale naturale dalle montagne dei Grigioni. Naturalmente.

www.rhaeuenser.ch



Immagine storica della birreria (foto grande) e il Museo Staropramen di Praga (foto piccola).



Staropramen rende le pietanze più leggere

La birra d'oro della città d'oro vanta una lunga tradizione

Una birra che riunisce tradizione e modernità come nessun'altra: ecco la Staropramen, la birra tipica di Praga. Si abbina perfettamente a piatti a base di carne o pesce.

→ «Staropramen» in ceco significa «vecchia sorgente». Questa birra originale di Praga viene prodotta dal 1869 nella metropoli sulla Moldava ed è il simbolo di una sorgente di prima qualità che trasmette gioia di vivere. Solo ingredienti selezionati con cura vengono utilizzati per la sua produzione, nel rispetto dell'antica tradizione birraria. Da oltre 140 anni, i mastri birrai sono rimasti fedeli alla tradizione e per la produzione della birra utilizzano ancora oggi le tipiche caldaie in rame in uso secoli fa. Ecco perché la Staropramen conserva da decenni il suo gusto unico.

Il metodo Pilsener

La produzione tradizionale della birra secondo il metodo Pilsener prevede una doppia bollitura che conferisce alla



Staropramen le sue proprietà caratteristiche. Ed è così che si ottiene anche la Staropramen Premium: una birra di alta gamma di colore biondo scuro, corposa e dal gusto pieno e delicato.

Il museo Staropramen

Chi visita Praga non dovrebbe perdersi l'occasione di visitare anche l'insolito museo della birra della birreria Staropramen. Nel centro visitatori sembra di essere stati catapultati indietro nel tempo, nella Praga del secolo scorso, e si possono scoprire i trucchi del mestiere dei vecchi mastri birrai di una volta. E naturalmente si può degustare questa birra apprezzata in tutto il mondo nel piccolo bar ultramoderno annesso al museo.

La bevanda giusta

Chi desidera gustare la Staropramen insieme ad una pietanza tipica ceca, troverà sul sito www.staropramen.com buonissime ricette da scaricare e provare. La Staropramen è particolarmente indicata con menù pesanti, dato che ha la qualità di rendere le pietanze più leggere e digeribili. Questa birra viene anche usata come aperitivo per stimolare l'appetito. ●

HOUSE OF BEER

L'esclusiva birra Staropramen è disponibile in più di 30 paesi. In Svizzera, la Staropramen può essere acquistata nella House of Beer, il centro di competenza della Feldschlösschen per birre estere. La Staropramen è disponibile in fusti di 30 litri e in cartoni da 24 x 33 cl.

→ www.houseofbeer.ch

Tanta allegria e conferenze interessanti alla Soirée Cardinal

La Cardinal guadagna punti qu

Come la Cattedrale di San Nicola, anche la Cardinal è considerata un monumento della città di Friburgo. E, proprio come gli anni scorsi, la Soirée Cardinal, tenutasi al Forum, ha rappresentato l'apice della vita sociale cittadina. La serata, a cui ha partecipato anche il Consigliere agli Stati di Friburgo Urs Schwaller insieme al figlio Lukas, si è caratterizzata per l'atmosfera allegra e le interessanti conferenze. A Friburgo sono tutti d'accordo nell'affermare che la Cardinal è e rimane la birra più amata.



Quando gioca in casa a Friburgo



Smalltalk...

... con Daniel Andrey, responsabile della cantina a Bulle



« Sembra apprezzare la Soirée Cardinal ...

Già. Dal 1999 partecipo ogni anno a questa manifestazione. Prima veniva chiamata Fête des Brasseurs.

E cosa le piace di più della Soirée Cardinal?

Apprezzo molto i contatti che si possono avere, lo scambio di opinioni e di esperienze proprie, ma anche gli scambi di vedute sulla birra. Durante le serate mi piace poter discutere liberamente con una birra in mano, in un ambien-

te gradevole dove regna il buon'umore. Inoltre, queste serate sono un'ottima occasione per allargare la propria rete di conoscenze. Peccato che simili contatti personali siano molto rari durante l'anno, a causa delle molteplici attività da svolgere.

Qual è la birra che preferisce?

Naturalmente la Cardinal. E poi, questo marchio forte e ricco di storia rappresenta il 90 per cento del fatturato nella nostra regione! »

1 Il Consigliere agli Stati del PPD Urs Schwaller, originario di Friburgo, con il figlio Lukas.

2 Capelli rossi e orecchini a tappo, presentati da Melanie Harnisch (Feldschlösschen).

3 Yves e José Progin (Tea-Room le Domino, Friburgo).

4 Edouardo Albuquerque, Natalia Ambrosio e Tom Franzer (Irish Pub, Friburgo).

5 Stéphane Stöckli (Feldschlösschen) e Reto Schumacher (Café des Arcades, Friburgo).

6 Rachel Mabboux e Melanie Harnisch (entrambi della Feldschlösschen).

7 Thierry Küng e Angela Dekumbis (Tea-Room Siesta, Friburgo).

8 Jeannine Caille, Marie-Claire Hermann e Philippe Hermann (Buvette le Petit Train, Friburgo).

9 Francis Riond (Boisson Riond Frères, Payerne), Gérard Schaller (Direttore on trade, Feldschlösschen) e Roger Riond (Boisson Riond Frères, Payerne).

10 James Bangerter (Cave des Rochers, Düdingen), Manfred Gauch (Cave des Rochers, Düdingen), Elmar e Francia Schmutz (ristorante St. Jakob, Wünnewil), Ivan Schmutz (Cave des Rochers, Düdingen) e Olivier Genilloud (Escor, Düdingen).

11 Thomas Amstutz (CEO Feldschlösschen) e Daniel Andrey (Responsabile della cantina di Bulle FR).

12 Sébastien Zambaz, David Schumacher, Hervé Barilli, Agostino Da Costa, Harold Koch e Norbert Cuennet (Le Marcello, Friburgo).

13 Yvan Rossler, «Costa» e Dominique Papaux (Restaurant la Clef e Brasserie du Commerce, Friburgo).

14 Laurent Papaux (Papaux Catering, Marly).

15 Stephan Buchser (CEO Villars Holding).

Festissimo.ch

Vivi a tutta Svizzera!

su → www.festissimo.ch trovate altri eventi

10

14

15

Félicitations

Le Cuisinier d'Or de KADI
a été gagné par Rolf Fuchs.

Lors du Concours National de Cuisine Artistique, qui s'est déroulé le 1^{er} octobre 2012 à Berne, Rolf Fuchs a brillé et remporté le trophée le plus important de la gastronomie suisse.



 Find us on
Facebook



PARTENAIRES

















KADI[®]
Swiss Premium  Quality

KADI SA · CH-4901 Langenthal · tél. 062 916 05 00 · fax 062 916 06 80 · www.cuisinierdor.ch · cuisinierdor@kadi.ch

I clienti Feldschlösschen dominano la finale

Cuoco d'oro: Rolf Fuchs convince la severa giuria

I migliori cuochi dell'anno sono clienti della Feldschlösschen: Rolf Fuchs si è aggiudicato a Berna la finale del «Cuoco d'oro». Cinque dei sei finalisti, tra cui il vincitore, sono partner della Feldschlösschen.

→ La Svizzera ha incoronato un nuovo re degli chef. Rolf Fuchs, chef del ristorante Panorama di Steffisburg, si è imposto nella finale del «Cuoco d'oro» KADI 2012 presso la Kursaal di Berna. Grazie alle sue creazioni innovative, ha convinto la severa giuria – guidata André Jaeger – e la giuria d'onore – composta dalle star della cucina Philippe Rochat, Anton Mosimann, Frédy Girardet e Eckart Witzigmann.

Presentatore:
Kurt Aeschbacher

Alle ore 15, nella restaurata Kursaal di Berna, è calato il silenzio. L'attenzione dell'ospite d'onore Adolf Ogi e degli altri 1200 ospiti si è concentrata sul presentatore Kurt Aeschbacher, incaricato di comunicare il nome del vincitore: Rolf Fuchs! Il cuoco originario dell'Oberland

Rolf Fuchs durante la finale nella Kursaal



Un ex consigliere federale e numerose star della cucina: Adolf Ogi brinda con la giuria

bernese ha convinto la giuria anche grazie ad un delicato salmone scozzese.

Durante la preparazione ed in occasione dell'evento dal vivo, Rolf Fuchs ha dimostrato la propria passione per la cucina e la propria creatività. «La gioia di partecipare a un vero e proprio concorso per cuochi è stato molto stimolante», ha dichiarato il vincitore.

Il Tour culinario è alle porte

Rolf Fuchs non può certo ripresentare sugli allori. Già il prossimo febbraio partirà il suo Tour cu-

linario della Svizzera, che gli farà attraversare l'intero paese, visitando località ospitanti cuochi di primissimo piano, nelle quali presenterà il proprio menu vincente ad un pubblico selezionato.

Clients di Feldschlösschen

Il più noto concorso culinario della Svizzera è stato dominato dai clienti della Feldschlösschen. Ben cinque dei sei finalisti, tra cui il vincitore Rolf Fuchs, sono partner della Feldschlösschen.

I vincitori

Cuoco d'oro: 1. Rolf Fuchs (ristorante Panorama, Steffisburg). 2. Christoph Hunziker (ristorante Schärmehof, Thun). 3. Marco Viviani (Villa Principe Leopoldo Hotel & Spa, Lugano). Gli altri finalisti: Mickaël Cochet (Hotel Regina, Wengen). Thomas Wycisk (ristorante Matisse, Basilea). Thierry Fischer (Schloss Binningen).

IL «CUOCO D'ORO»

Il «Cuoco d'oro» KADI vanta una tradizione di oltre 20 anni. Rappresenta la piattaforma ideale per cuochi e cuochi attivi in tutta la Svizzera che possono così dimostrare la propria abilità ad una severa giuria. Il campionato di arte culinaria è organizzato dalla KADI SA di Langenthal. Uno degli sponsor è anche la birra francese 1664, distribuita dalla House of Beer della Feldschlösschen.

→ www.goldenerkoch.ch



Concedetevi
il gusto
che più vi piace.



Ananas¹
Il gustoso



Pesca¹
Il vellutato



Albicocche¹
L'amabile



Pera williams¹
Il prelibato

¹ Nettare

Michel[®] La passione per la frutta, dal 1929.

Da 80 anni Michel persegue soprattutto un obiettivo preciso: la varietà. E ciò per regalarvi quanti più momenti possibili all'insegna di un gusto davvero variegato. Le 13 varianti, prodotte impiegando gli ingredienti migliori, aspettano solo di poter viziare i vostri sensi. Concedetevi il massimo del piacere.

SERVIZI & CONSIGLI

Pensare e agire da professionisti. Ricette per il successo, idee e spunti per il settore della gastronomia.

I consigli della ristoratrice n° 1

«La comunicazione non verbale è importante»

« Saper comunicare nel modo e nella misura giusti è un'arte. Noi camerieri dobbiamo riconoscere i bisogni, le incertezze, i desideri e anche la tensione dei clienti. Basandoci solo su dei piccoli gesti o atteggiamenti, dobbiamo capire se il cliente ha bisogno di essere consigliato, se vuole ordinare o pagare, se cerca la toilette, se desidera attenzione o se vuole soltanto essere lasciato in pace.

I miei consigli di comunicazione

- Fate sedere il cliente nel lo-

cale senza tempestarlo subito di informazioni o di domande.

- A un tavolo con più persone, rivolgetevi a tutti in egual misura, senza trascurare nessuno.

- Anche se avete fretta o siete sotto pressione mantenete sempre un tono di voce cordiale ed educato.

- Evitate frasi banali come «Avete prenotato?» o «Avete già deciso?». Metteteci un po' della vostra personalità e creatività.

- Comunicate sempre in sintonia con la vostra personalità. Solo così i clienti vi troveranno piacevoli e genuini.

- Adeguate il tipo e la quantità della comunicazione ai clienti. Dovreste capire se è il momento buono per scambiare una battuta oppure no.

- Fate anche attenzione alla co-

municazione non verbale. Ad esempio, il contatto visivo è un importante mezzo di comunicazione, come pure la posizione del corpo, la mimica e i gesti.

Questo è solo l'inizio

Quando avremo interiorizzato queste nozioni di base, diventeremo abili nell'arte della comunicazione. Noi camerieri siamo un'insegna importantissima per i nostri datori di lavoro. »



Sabrina Keller:
cameriera,
insegnante,
campionessa.

La ristoratrice campionessa del mondo Sabrina Keller cura regolarmente una rubrica per SETE.

Il consulente aziendale richiama gli chef al dovere:

«Il gestore deve essere un esempio di ospitalità»

Hans Peter Spreng, consulente aziendale e coach, spiega cosa intende con il termine ospitalità. E come la si può ulteriormente trasmettere ai propri dipendenti.

« I camerieri ospitali si riconoscono dall'avvincente cordialità e dalla disponibilità. Il loro interesse verso di me, cliente, è palpabile. Sanno che le persone hanno bisogno di essere apprezzate e agiscono secondo il motto: tratto il mio prossimo proprio come io stesso vorrei essere trattato. Vedono il cliente, gli vanno incontro, comunicano con lui da pari e si impegnano ad offrirgli un servizio che lo faccia sentire a proprio agio.

Se poi il gestore dà il buon esempio e affronta l'argomento «ospitalità» con i propri dipendenti, lasciando che affinino le loro abilità con la pratica, allora le loro competenze in tal senso cresceranno enormemente. È però necessario che il gestore si impegni a collaborare con i dipendenti spiegando come lui intende l'ospitalità.

L'ospitalità dei camerieri può essere misurata, se l'obiettivo è stato definito insieme e se vi è

una cultura del dialogo. Inoltre, questi argomenti devono essere seguiti con cura e, soprattutto, congiuntamente. Tuttavia, l'ospitalità non si presta veramente a programmi di incentivazione, perché è un'attitudine e non una gara.

Definire lo status quo

Per quanto riguarda l'ospitalità, consiglio il libro «Gebrauchsanleitung Gast» della casa editrice Matthaes. Purtroppo non è disponibile in italiano. Bisogna però essere coscienti di una cosa: il libro non rappresenta la realtà quotidiana del mio esercizio. Come gestore sono io stesso che devo definirla e viverla di conseguenza. »



Hans Peter Spreng è il titolare della ditta Concluso. L'«Istituto per lo sviluppo sistematico organizzativo e personale» accompagna le persone e le aziende nei processi di cambiamento. Spreng getta dei ponti tra le aziende e le persone, oltre ad essere un rinomato esperto dei settori dello sviluppo culturale e dell'immagine. Diversi esercizi ed aziende del settore gastronomico ed alberghiero sono clienti di Concluso. Hans Peter Spreng vive nei dintorni di Berna, è sposato ed ha una figlia.

→ www.concluso.ch

Cucinare con la birra scegliendo quella giusta



Arrosto di noce di cervo con una salsa scura alle cipolline, infarcito di ossicocco americano su cicorino saltato in padella con krapfen di patate

Ricetta per 4 persone

Ingredienti

800 g di noce di cervo
 300 ml di Feldschlösschen Dunkle Perle
 50 g di cipolline
 50 g di ossicocco americano
 sale, zucchero, pepe, Maizena

2 pezzi di cicorino rosso
 30 g di lardo
 30 g di cipolle
 100 ml di panna
 sale, noce moscata

400 g di patate, tipo B
 3 uova
 100 g di farina
 100 g di burro
 sale

Preparazione

Condire la noce di cervo e rosolare da tutte le parti nell'olio, bagnare infine con la birra. Ridurre la temperatura e lasciar cuocere pian piano. Lasciar riposare e insaporire per 20 minuti nella pentola con il coperchio.

Girare di tanto in tanto la carne. Dopo 20 minuti togliere la carne dal fuoco, quindi aggiungere le cipolline e gli ossicocchi americani nel sugo. Sciogliere la Maizena nell'acqua e aggiungere al sugo per legare. Condire con sale, pepe e zucchero e lasciar cuocere ancora per 5 minuti. Tagliare la carne poco prima di servire e tenerla al caldo nella salsa.

Per preparare il cicorino: rosolare dapprima nella padella la cipolla tagliata finemente e il lardo. Aggiungere infine il cicorino tagliato a strisce. Lasciar cuocere 3 minuti girando sempre, spegnere con la panna e lasciar cuocere pian piano. Condire.

Cuocere le patate fino a quando non diventano morbide. Toglierele quindi dal fuoco e lasciarle asciugare. Schiacciarle con il passatutto. Sciogliere il burro nella pentola, spolverare con la farina e mescolare a bassa temperatura fino a quando la massa si stacca dal fondo della pentola. Versare la massa in una scodella, aggiungere un uovo alla volta e lasciar asciugare la massa. È importante non aggiungere le uova tutte insieme, altrimenti sarà impossibile mescolare la massa senza formare grumi. Aggiungere quindi la massa di patate al composto preparato e condire.

Si formano a questo punto degli gnocchi servendosi di due cucchiaini. Friggerli in olio abbondante finché non raggiungono un bel colore bruno dorato.



Markus Raub

Agrodolce e maltato: l'arrosto di noce di cervo ha un gusto perfettamente corposo.

La Dunkle Perle dà l'ultimo tocco di sapore

Abbinata all'ossicocco americano, la Dunkle Perle dà un tocco raffinato all'arrosto di noce di cervo intensificandone il sapore corposo.

INVIATECI LE VOSTRE RICETTE A BASE DI BIRRA!

Cucinate anche voi con la birra?
Allora inviateci la vostra ricetta

preferita con una foto a durst@fgg.ch o per posta a *Feldschlösschen Bevande SA, Redazione SETE, Theophil-Roniger-Strasse, 4310 Rheinfelden.*

La redazione di SETE pubblicherà le più originali ricette.

→ L'autunno è la stagione della cacciagione. Ma non per questo bisogna sempre mangiare scaloppine di cerbiatto. Vi consiglio di provare l'arrosto di noce di cervo à la mode di Michael Erler. Il capocuoco del ristorante Feldschlösschen a

Rheinfelden abbinava il sapore speciale dell'ossicocco americano a quello della birra Dunkle Perle Feldschlösschen. «Il gusto agrodolce dei piccoli chicchi rossi e quello maltato della birra danno quel tocco in più al sapore dell'arrosto.»

Leffe Blonde: leggera e dal sapore maltato

◀◀ Con la noce di cervo arrosto consiglio una Leffe Blonde. Questa birra belga chiara è abbastanza leggera e si abbinava perfettamente ai piatti pesanti. La Leffe Blonde, dall'aroma deciso, ha un sapore leggermente maltato, proprio come il sugo, e perciò il suo retrogusto è più marcato. In alternativa, anche la Feldschlösschen Original è perfetta per questo menù autunnale.

Thomas Klausner, sommelier della birra Feldschlösschen



Marcus Knill dà consigli di comunicazione ai ristoratori

Meglio non scaricare il proprio malumore sui clienti

Marcus Knill è un esperto in comunicazione molto apprezzato in Svizzera, autore di successo di diversi libri sul tema e coach professionista. Ecco i suoi consigli su come comportarsi con i clienti per avere successo. Non perdiamo di vista la comunicazione non verbale!

➔ Basta una domanda a Marcus Knill per toccare subito un nervo scoperto: «A cosa serve allo chef cuoco avere una fama di specialista della carne alla piastra, se il servizio al tavolo è superficiale o scortese?» L'esperto in comunicazione porta l'esempio opposto: «A Sciaffusa c'è un bar con prezzi esorbitanti, ma sempre pieno di gente. Il personale è gentilissimo ed estremamente cortese e conosce i clienti per nome.» Ovvio, no?

La ricetta del successo

Il professionista della comunicazione è rimasto molto colpito da una sua visita ad un ristorante asiatico sempre pieno, dove il cliente viene accolto con estrema gentilezza. «Quando le ho chiesto di rivelarmi la ricetta del successo, la gestrice asiatica mi ha risposto con semplicità: «Io sorrido sempre!», racconta Marcus Knill. «Ma non è innaturale sorridere sempre? E lei ha risposto: «Meglio non scaricare sul cliente il proprio malumore.» Ed ha pienamente ragione!»

Come si possono guadagnare clienti o farli tornare?

... far prova di stima
... essere a loro disposizione
... essere disponibili ad aiutarli
... restando all'ascolto

Le cose da evitare assolutamente sono:

- Non chiedere al cliente cosa desidera
- Non prestare massima attenzione ai suoi bisogni



◀ *L'esperto in comunicazione Marcus Knill.*

- Fare osservazioni fuori luogo
- Lasciarsi coinvolgere dalla scortesia di un cliente

Restare comunque autentici

«Il ristoratore deve comunque ri-

manere autentico», spiega Marcus Knill. «Non ci si può guadagnare la fiducia e il favore dell'altro se non mostrandosi positivi anche tramite il linguaggio non verbale.» Quindi, secondo

▼ *Ecco il comportamento giusto: sorridere sempre.*

MARCUS KNILL

Marcus Knill è un esperto in comunicazione e coach. Organizza corsi di formazione in tutta la Svizzera e si offre come consulente privato per risolvere le situazioni difficili da gestire. L'autore di diversi libri specialistici nell'ambito della comunicazione è il contitolare della ditta di comunicazione Knill+Knill. Ulteriori consigli di Marcus Knill si trovano sul sito www.rhetorik.ch.

➔ www.knill.com

l'esperto, la buona comunicazione inizia con la giusta mentalità, «anche se non tutto è sempre perfetto». Dato che «il cliente si accorge se l'interesse porta dimostrato è sincero o no». ●



Con Rhäzünser scoprite il gusto!

Nuovo!
Rhäzünser più mela verde.
Con il **50%** di zucchero
in meno.*



* Con la dolcezza
di steviolici glicosidi
estratti di stevia.

**Acqua minerale naturale dalle montagne dei Grigioni
con il 4% succo di frutta e 6 vitamine.**

Rhäzünser
www.rhaezuenser.ch

Mela verde: il nuovo aroma si affida alla Stevia

Il nuovo Rhäzünser Plus: ideale per i locali d'asporto

RHÄZÜNSER PER TUTTI I GUSTI

I dissetanti ideali: Rhäzünser Plus

Acqua minerale naturale con il 4% di succo di frutta, addizionata di anidride carbonica ed arricchita con sei vitamine. Disponibile nei quattro sapori Limone, Pesca, Fiore di Sambuco e la novità Mela Verde (PET da 50 cl e 150 cl).

Il classico: Acqua minerale Rhäzünser

Dalla qualità eccellente e dal contenuto di minerali tra i più alti tra le acque minerali. Disponibile in vetro da 35 cl, 50 cl e 100 cl ed in PET da 50 cl e 150 cl.

Freschezza tradizionale: Rhäzünser Limone

Rhäzünser con aggiunta di limone è il rinfrescante tradizionale. L'acqua addizionata di anidride carbonica rappresenta il dissetante ideale e la compagna per il perfetto panaché. Disponibile in PET da 150 cl.

Un sapore speciale: Rhäzünser Bergamotto

Rhäzünser all'aroma di Bergamotto, per gli amanti di un sapore speciale. Il frutto del bergamotto, un incrocio tra il cedro e l'arancio amaro, conferisce a Rhäzünser un sapore chiaro, fresco, vivace ed originale. Disponibile in PET da 150 cl.

→ www.rhaeuenser.ch

Le bibite dal sapore ottimo e dalle calorie ridotte sono sempre più richieste. Per questo motivo, Rhäzünser si affida all'estratto dolcificante della Stevia per il nuovo gusto «Mela verde». È nata così una nuova bevanda, interessante soprattutto per i locali d'asporto.

→ «Rhäzünser Plus in bottiglia PET è molto richiesta da noi», dichiara Veronika Külling. Da anni team leader al ristorante della piscina di Altstetten, include nel proprio assortimento anche Rhäzünser Plus nei sapori Limone, Pesca e Fiore di Sambuco. Dopo il bagno, gli ospiti adorano queste bibite, prosegue Veronika Külling. La team leader conosce bene il motivo: «I prodotti Rhäzünser sono amati per il loro ottimo sapore, abbinato al bassissimo contenuto calorico.»

Le bibite sono amatissime

Da ottobre è disponibile anche Rhäzünser Plus al gusto Mela verde, in bottiglia PET da 150 cl e 50 cl. Anche questo nuovo prodotto è ottimo per i locali d'asporto. I clienti di ristoranti turistici, mense e scuole, oltre che di piscine e piste da pattinaggio, desiderano essere serviti rapidamente e rimangono per breve tempo nel locale, nel quale a volte non vi sono posti a sedere a disposizione. Per questo motivo, la bottiglia PET da 50 cl



Veronika Külling del ristorante delle piscine di Altstetten.



Le bibite rappresentano le bevande più vendute nei locali d'asporto.

di Rhäzünser Plus è il contenitore ideale. Le bibite e le acque aromatizzate rappresentano le bevande più vendute nei locali d'asporto.

Salute e Benessere

I sapori di Rhäzünser Plus Fiore di Sambuco, Limone e Pesca sono già disponibili con sole 19 calorie per decilitro. Il nuovo Rhäzünser Plus con mela verde è dolcificato con la Stevia e contiene quindi solo 9 calorie per decilitro. Rispetta quindi l'attuale tendenza, che conduce dai prodotti «Light» fino alla «Salute e Benessere».

L'estratto dolcificante ricavato dalla pianta della Stevia rebaudiana è fino a 300 volte più forte dello zucchero, è privo di calorie ed è utilizzato da anni in America meridionale ed in Asia. In Svizzera, la Stevia è impiegabile dalla

fine del 2011 senza previa autorizzazione, a patto che la ricetta rispetti le norme UE.

La brand manager Claudia Leuenberger spiega: «Il consumatore moderno desidera un prodotto naturale con poche calorie. Lo zucchero è una materia prima naturale, che contiene però calorie; la maggior parte dei dolcificanti, al contrario, non contiene calorie, ma è prodotta chimicamente.» La Stevia, al contrario, è un dolcificante privo di calorie e naturale.

Fa tendenza

«Rhäzünser Plus con mela verde è un dissetante ideale per lo sport, un compagno sano a tavola ed un rinfrescante sul lavoro», spiega Claudia Leuenberger. Tutto chiaro quindi: anche il nuovo sapore di Rhäzünser Plus è perfetto per i locali d'asporto. ●



Rhäzünser Plus mela verde.

18:47

GREEN HOUR

L'ORA DELLA TUA CARLSBERG



Apprezzare in modo responsabile.



That calls for a **Carlsberg**

Ristorante La Lanchetta, Lugano

Relax sul lago di Lugano



valeriano Di Domenico / Freshfocus



Il Ristorante La Lanchetta, il gestore Matteo Mancini e il direttore Marzio Guggiari.

→ «Godi delle piccole cose: perché un giorno ti guarderai indietro e ti accorgerai che erano grandi», scrive l'autore Robert Brault. Per distendersi e rilassarsi non c'è niente di meglio del Ristorante La Lanchetta, situato nell'estremità orientale della costa del lago di Lugano. Nel 2003 il «Lanchetta» si è rinnovato e, da allora, seduce i suoi ospiti in un'atmosfera raffinata e moderna. E se si vaga con lo sguardo al di là della gigantesca facciata in vetro prospiciente il lago, con in mano un bicchiere di 1664 alla spina, quelle che sembrano le piccole

cose della vita diventano importanti e belle.

Da settembre di quest'anno, il «Lanchetta» serve la birra Feldschlösschen. «L'atmosfera elegante ma confortevole del nostro locale si abbina perfettamente a una birra storica come la Feldschlösschen o la 1664», spiega così Matteo Mancini, gestore del «Lanchetta», il passaggio a Feldschlösschen. E aggiunge: «Ed è anche la birra ideale per un brindisi e da gustare in compagnia delle persone speciali che si possono conoscere ogni giorno al Ristorante.»

Nelson Pub, Zurigo

Il camion della birra del 1914



Andy Müller / Freshfocus

Daniel Brügger (Feldschlösschen), Mehran Habibian, Wolfgang Mock (Nelson Pub) e Jacqueline Bischofberger.

→ In occasione del 20° compleanno del «Nelson Pub» di Wolfgang Mock e Mehran Habibian, Feldschlösschen ha fatto furore in centro a Zurigo con il camion dei pompieri Fiat del 1914 da cui però non esce acqua, ma birra. Daniel Brügger, Key Account Manager, ha consegnato due certificati Feldschlösschen ai signori Mock e Habibian, visto che anche

il «Lady Hamilton's», situato accanto al Nelson Pub spegneva 10 candeline. Sia al «Nelson Pub» che al «Lady Hamilton's», i clienti apprezzano la vasta scelta di birre. Ecco perché i loro proprietari hanno stipulato fin da subito un contratto con Feldschlösschen.

→ www.thenelsonpub.com

→ www.ladyhamilton.ch

Buffet della Stazione, Gampel

Compleanno doppio

→ Il numero 70 quest'anno ha un significato tutto particolare al Buffet della Stazione Gampel-Steg. Da un lato, questo apprezzato locale situato lungo la strada che porta all'Alto Vallese festeggia il suo 70° compleanno. Dall'altro, anche il gestore e chef Hans Lütolf, che nel 1969 ha sostituito i genitori ai vertici di questa impresa di famiglia, compie 70 anni. I due anniversari sono stati debitamente festeggiati. E Hans Lütolf voleva naturalmente ringraziare i suoi clienti affezio-

nati. Alla due serate di festa non è mancata la musica e, durante l'happy hour, le bevande sono state servite a soli 70 centesimi. Ha riscontrato un grande successo anche il menù gourmet da quattro portate, bevande incluse, che in occasione del compleanno è stato servito per 70 franchi.

Hans Lütolf è un affezionato cliente della Feldschlösschen e, chiaramente, serve la Valaisanne. A lui e a al suo Buffet vanno i nostri auguri di buon compleanno.



Hans Lütolf e la figlia Nicole al Bahnhofbuffet Gampel.

Michael Brenner for Fandango Musical GmbH and Freddy Burger Management in association
with Queen Theatrical Productions, Phil McIntyre Entertainments and Tribeca Theatrical Productions present.

© Fandango Musical GmbH



DAS ORIGINAL MUSICAL von **QUEEN** und Ben Elton

BALD IN BASEL!

14.12.12 - 24.03.13
Musical Theater Basel

Ticketcorner 0900 800 800 (CHF 1.19/Min., Festnetztarif)
www.wewillrockyou.ch

Presenting Sponsor



Medienpartner

Basler Zeitung



Partner



In palio

2x2 biglietti per We Will Rock You

Avete letto con attenzione questo numero di SETE? Se sì, il quiz sarà un gioco da ragazzi. Le lettere corrispondenti alle risposte corrette forniranno la soluzione.

1. Quale famoso regista, nel 1972, ha autografato a Lucerna un sottobicchiere Feldschlösschen?

- F** Roman Polanski
- T** Robert Altman
- Q** Alfred Hitchcock

2. Dove si trova il ristorante Gault Millau del cuoco TV René Schudel?

- U** Sui monti bernesi
- E** A Toggenburg
- A** Nella Svizzera romanda

3. Come si chiama la nuova bevanda di Rhäzünser addolcita con Stevia?

- P** Rhäzünser Meno Banana Gialla
- E** Rhäzünser Più Mela Verde
- R** Rhäzünser Per Ciliegia Rossa

4. I clienti Feldschlösschen hanno vinto un viaggio nel paese dei campioni europei di calcio. Dove sono andati?

- K** A Monaco
- S** A Napoli
- E** A Barcelona

5. Qual è il modo migliore di pubblicizzare un locale per Sacha Rösch del Fukeneh Pub di Eiken?

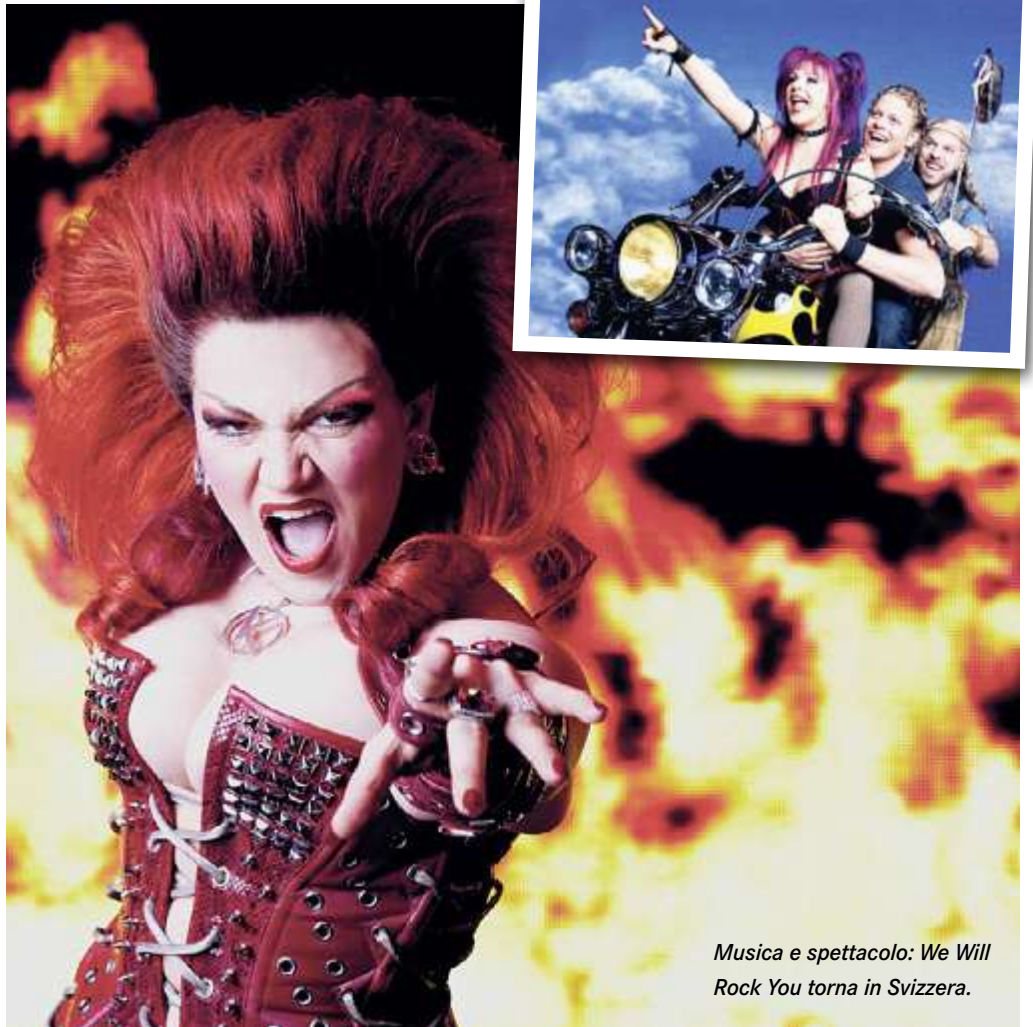
- N** Il passaparola
- B** Gli spot televisivi
- L** Le inserzioni sul giornale

La soluzione è:

Ecco come partecipare

Inviare la soluzione ed i vostri dati via fax allo 058 123 42 80 o via e-mail a durst@fgg.ch. Con un po' di fortuna potrete vincere 2 biglietti per assistere al musical We Will Rock You a Basilea.

Termine ultimo di spedizione:
10 novembre 2012



Musica e spettacolo: We Will Rock You torna in Svizzera.

I vincitori del concorso SETE, settembre 2012

Ha vinto una visita guidata alla birreria Feldschlösschen per un gruppo di 15 persone al massimo, con degustazione di birre (visitaPLUS), il ristorante Eintracht, Roger Ramseier, 3280 Morat. Congratulazioni.



WE WILL ROCK YOU CON 21 CANZONI DEI QUEEN

Il 14 dicembre si terrà la prima di We Will Rock You al Musical Theater di Basilea: il musical originale dei Queen con 21 dei più grandi successi della leggendaria band torna in Svizzera dopo cinque anni. Musica e testi delle canzoni sono opera dei Queen stessi, mentre il libretto e la regia sono dell'autore di successo Ben Elton. Risolvete il quiz e, con un pizzico di fortuna, parteciperete a questo spettacolo rock. Sono in palio 2x2 biglietti per We Will Rock You. Vi auguriamo buona fortuna!

Feldschlösschen investe nella birreria Valaisanne

Nuovo impianto di riempimento nel Vallese

La birreria Valaisanne ha un nuovo impianto di riempimento dei fusti. Con questo investimento, Feldschlösschen conferma la propria fiducia nella sede di Sion.

→ Michael Ruppert entra con orgoglio nel locale di circa 100 m² in cui si trova il nuovo impianto di riempimento dei fusti della birreria Valaisanne. «Con questo impianto siamo tecnicamente all'avanguardia», spiega il direttore di sede di Sion.



Una fedele clientela vallese

I lavori di installazione e di posa delle nuove tubazioni e del pavimento sono durati solo quattro settimane. Da quel momento, tutto è stato pronto per l'uso. Da maggio, il nuovo impianto di riempimento dei fusti opera a pieno regime.

Il direttore di sede Michael Ruppert è entusiasta: l'impianto, montato dal produttore austriaco Alfred Gruber, è in grado di riem-

pire 80 fusti da 20 l ogni ora. Cinque operatori in tre turni sono impegnati nel riempimento giorno e notte, dalla domenica al mercoledì, mentre l'impianto si occupa automaticamente dello svuotamento dei resti, del lavaggio interno ed esterno, della sterilizzazione a vapore e del riempimento dei recipienti in acciaio inox. Il lavoro è comunque faticoso: i fusti vuoti devono essere collocati sul nastro

trasportatore e prelevati una volta pieni a forza di muscoli. Assieme agli undici dipendenti, Ruppert assicura che la birra Valaisanne, prodotta con pura acqua di fonte montana, continua ad essere amata dalla fedele clientela vallese.

Grande anniversario in vista

Il direttore di sede sa che le sfide per resistere sul mercato sono

Il direttore di sede Michael Ruppert mostra il nuovo impianto di riempimento dei fusti di Sion.

imponenti. «Riusciamo a vincere solo migliorando costantemente la produzione ed il servizio ai clienti.»

Fra tre anni, a Sion si festeggeranno i 150 anni di vita della birreria Valaisanne. Il nuovo impianto di riempimento dei fusti è l'ulteriore prova di come Feldschlösschen continui a puntare sulla sede di Sion.

→ www.valaisanne.ch

Offensiva di comunicazione

Festissimo si mette in movimento e parte alla grande

La piattaforma web svizzera per le manifestazioni sempre più accattivante.

→ «O'zapft is!»: ecco il grido che dà il via ai vari Oktoberfest anche in Svizzera, ma è pure ciò che si sono detti i promotori di Festissimo. Hanno appena lanciato un'offensiva di comunicazione che comprende:

- una newsletter a 10 000 indirizzi e-mail.
- una campagna pubblicitaria

per la Svizzera tedesca su Facebook (Festissimo ha già più di 2 100 amici).

● un concorso lanciato insieme a Feldschlösschen (quale partner sempre su Facebook, a vantaggio anche dei ristoratori che organizzano gli Oktoberfest).

Inoltre, Festissimo ha sviluppato una app per la telefonia mobile,



Festissimo: sito web, Facebook e app per telefonia mobile.

sempre nell'intento di soddisfare le esigenze dei clienti. La app per iPhone è disponibile su App-Store, quella per Android su Google Play. E queste novità stanno già registrando dei risultati: su www.festissimo.ch il tempo di visita è aumentato di quasi il 50%. La piattaforma registra più di 50 000 visitatori al mese. Ulteriori campagne non tarderanno... Il prossimo special è già previsto per il Carnevale 2012/2013.

→ www.festissimo.ch

Agenda

Mercato delle cipolle

→ Il quarto lunedì di novembre, Berna viene totalmente invasa dalle cipolle: infatti, il 26 novembre la città celebra il tradizionale Mercato delle cipolle. Fanno parte di questa Festa popolare le bellissime trecce di cipolle vendute dai contadini, ma anche il lunapark vicino alla stazione, le torte salate al formaggio o alla cipolla e, chiaramente, la battaglia di coriandoli che inizia puntualmente alle quattro del pomeriggio in centro. ●



Luci natalizie

→ Il periodo dell'avvento fa risplendere Rheinfelden già per il quinto anno consecutivo: la festa avrà inizio il 30 novembre, in centro storico. Punto d'attrazione sarà di nuovo la carrozza a sei cavalli della Feldschlösschen, decorata a festa e simbolo tradizionale dello scintillio natalizio. ●



COLOFONE

SETE

La rivista per clienti della Feldschlösschen Bibite SA
www.gjornalesete.ch

Publicato da:

Feldschlösschen Bibite SA
Theophil-Roniger-Strasse
4310 Rheinfelden
Telefono 0848 125 000
www.feldschloesschen.com

Coordinamento generale

Gabriela Bättig

Responsabile di redazione

Gabriela Bättig

Inserzioni

insetrate@durstzeitung.ch
Gabriela Bättig

Redazione, layout, litografia, correzione, traduzione, stampa e spedizione

Impresa generale
Vogt-Schild Druck AG
Gutenbergstrasse 1
4552 Derendingen

Responsabile progetto:

Pamela Güller
Capo-redazione: Marcel Siegenthaler/Textension GmbH, www.textension.ch

Periodicità

Mensile, edito in italiano, tedesco e francese
Anno Sesto anno

Tiratura

Italiano 2000, tedesco 24 000, francese 10 000

Diritti d'autore

I contributi contenuti in questa rivista sono protetti da diritti d'autore. Tutti i diritti riservati.

Copyright

Foto di copertina: Valeriano Di Domenico (Freshfocus)
Agenzie fotografiche: Freshfocus, Fotolia, Pixelio, Markus Raub

Festissimo.ch

Vivi a tutta Svizzera!

su → www.festissimo.ch trovate altri eventi

Pour chaque charge. Et chaque budget.

Au-delà de son volume utile à la fois surdimensionné et polyvalent, le Ford Transit se distingue par des coûts d'exploitation remarquablement avantageux de seulement 27 centimes/km, tout compris. De plus, tous les modèles Ford Transit sont conformes aux normes de dépollution Euro 5 et disponibles rapidement.



TRANSIT START-UP

DÈS FR. **18'990.-**¹ FR./KM **-.27**²



ford.ch/transit

Prix nets, TVA non comprise, pour clients inscrits au registre du commerce. Offre valable jusqu'au 31.12.2012 auprès des concessionnaires participants. ¹ Transit 260S Start-up, 100 ch/74 kW, 6 vitesses. ² Exemple de calcul Business Partner: leasing Full Service Fr. 558.-/mois. Financement à 3.9% (48 mois, 25'000 km/an), inclus entretien, usure, assurance, pneus.



L'énergie naturelle

RAMSEIER est synonyme de
✓ 100% naturel
✓ sans adjonction de sucre
✓ fruits suisses



famille naturelle