



SETE

La rivista sulla ristorazione di Feldschlösschen Bibite SA – www.giornalesete.ch
N. 11 | Novembre 2013

Nuovi media

Hotspot Ristorazione

- @ La nostra nuova offerta online per voi ristoratori
- @ Clienti: ecco come utilizzare myfeldschloesschen.ch
- @ L'esperto: consigli per aver successo con Internet

Pagina 10

Affarone!

Feldschlösschen
Original

1.24

Prezzo netto
invece di 1.68
24×50cl lattina tray
4×6×50cl lattina tray
2×12×50cl lattina tray

Cardinal Blonde

1.29

Prezzo netto
invece di 1.73
4×6×50cl lattina pacco



The Bottle:

Nuova offerta di vino per la ristorazione. Approfittatene adesso!

Pagina 9

Arkina:

L'ottima acqua minerale in una confezione nuova, moderna ed elegante

Pagina 29

Sete incolmabile?

Desidera ...

- migliorare la gestione e aumentare il fatturato?
- acquistare comodamente online in qualsiasi momento?
- eseguire analisi dell'assortimento?
- materiale pubblicitario personalizzato con il Suo logo?
- statistiche informative che garantiscono la massima trasparenza?
- addestramento personale con un sommelier di birre?
- avere tutto questo insieme e molto altro ancora?

Se è così visiti subito la rivoluzionaria piattaforma online che unisce tutti questi servizi: www.myfeldschloesschen.ch!

Si registri subito e approfitti!



MyFELDSCHLOESSCHEN.ch

Sete incolmabile

Editoriale

Offerta on-line sensazionale



Care lettrici, cari lettori,

→ una gran parte delle attività avviene oggi in internet. Per questo siamo fieri di poter essere al vostro fianco anche nel settore on-line. A **pagina 15** dei ristoratori entusiasti spiegano come il portale myfeldschloesschen.ch semplifichi loro la vita e il lavoro. Sono particolarmente soddisfatti di poter ordinare la merce 24 ore su 24, anche tramite il cellulare, di essere informati circa le azioni promozionali e di poter scaricare informazioni utili.

Siamo lieti di proporvi una nuova offerta per rendere ancora più competitivo il vostro esercizio: leggete a **pagina 13** cos'è compreso nel nostro sensazionale pacchetto on-line per la ristorazione. Come potrete vedere, una presenza on-line adeguata al vostro esercizio non è difficile da realizzare e non comporta grandi spese. Essa può però contribuire notevolmente ad un maggior successo. Il vostro partner Feldschlösschen vi assiste e vi spiega come.

La birra è il fulcro delle nostre attività. Con Feldschlösschen quale partner è possibile però ordinare praticamente tutti i tipi di bevande da un solo fornitore. Abbiamo creato un nuovo ed esclusivo concetto vinicolo per i nostri clienti della ristorazione riforniti direttamente. Si chiama «The Bottle» ed include 85 vini di qualità degustati e selezionati, ideali per le vostre pietanze. A **pagina 9** scoprirete la competenza vinicola del vostro partner Feldschlösschen. Cosa aspettate? ●

Ulrich Reinhard

Ulrich Reinhard, Area Sales Director
Berna/Oberland Bernese/Soletta/Giura

Indice

THE BOTTLE

9



10



27



21

NOVITÀ&PRODOTTI

La birra del mese: Grimbergen bionda 4

La pastella che fa venire voglia di birra 4

Il vino del mese: Amarone 5

myfeldschloesschen.ch: ora potete approfittare più facilmente delle promozioni 5

Granini: un doppio piacere alla frutta 5

Il drink del mese: Jäger Tonic 7

Le feste Carlsberg vanno in montagna 7

The Bottle: il nostro nuovo concetto vinicolo 9

RISTORAZIONE&NUOVI MEDIA

L'esperto consiglia: ecco come incrementare il successo grazie ad Internet 10

Approfittate delle nuove offerte on-line 13

Ecco come viene utilizzato myfeldschloesschen.ch 15

PEOPLE&ENTERTAINMENT

Ragazzi, che festa sul Pilatus! 16

Festa danzante in un centro commerciale di Coira 17

La mia birra preferita: Feldschlösschen Original 17

Rubrica gastronomica: gli assetati 19

Il nostro centro di assistenza ai clienti 19

Tutti contenti alla «Serata Cardinal» 21

Concorso: una birra Vintage in palio 23

MERCATO&TENDENZE

Uno sguardo oltre confine: il Dinner-Jumping nella Foresta Nera 25

Nella «Schluggstube» di Basilea i clienti scelgono la musica col cellulare 26

Il consiglio del collega: ecco come aver successo con i cenoni di Natale 26

L'architetto di Coira Thomas Domenig è fedele a Feldschlösschen da 20 anni 27

Arkina in una nuova veste 29

Combinazione vincente: omelette e birra di frumento 30

ANTICIPAZIONI
Igeho, Mercato delle cipolle e Luci di Natale 31



Grimbergen bionda

Fruttata e maltata, ideale con i piatti di carne

La **Grimbergen Blonde** ha un colore giallo ocre e un sapore delicato. L'impiego di malto di Gatinais e di luppolo accuratamente selezionato conferisce una nota fruttata e maltata a questa birra d'abbazia belga, perfetta nella stagione fredda e per immergersi nello spirito natalizio. E si rivelerà un asso nella manica per il vostro locale, permettendovi di conquistare gli intenditori di birra più esigenti. Una Grimbergen bionda fresca alla spina accompagna bene anche i piatti più raffinati ed è l'ideale con i piatti di carne cruda, con la selvaggina e i salumi. Un vantaggio anche per le vostre entrate, gra-



Ordinatelo subito!

5.09 CHF

al litro

Grimbergen birra alla spina
Art. 10791 fusto da 30 litri

www.myfeldschloessen.ch

zie all'ampio margine di questa birra speciale proveniente dall'abbazia di Grimbergen, distrutta più volte dagli incendi ma, per fortuna, sempre ricostruita: così la Grimbergen bionda può riscaldare le fredde serate invernali dei vostri clienti.

FELDSCHLÖSSCHEN
ACADEMY

SEMPLICEMENTE. PIÙ. SUCCESSO.

Lo sapevate che la Svizzera è il Paese con una delle più alte densità di smartphone?

Molti Svizzeri preferiscono la ricezione e il passaggio di informazioni elettroniche. Anche voi ristoratori potete utilizzare questa forma di trasmissione: su myfeldschloessen.ch potete scaricare con facilità i documenti ed inviarli poi via e-mail.

La domanda del mese:

Quanti fogli informativi sulla gamma di bevande Feldschlösschen sono già on-line?

Ricevete le informazioni sulla Feldschlösschen Academy consultando la rubrica training su myfeldschloessen.ch.

Conoscenze sulla birra



Bière riche

La pastella che fa venire voglia di birra

Cosa c'è di meglio degli anelli di cipolla nel mese del mercato di Berna? E la pastella con la birra Gurten è l'ingrediente perfetto. Di fronte a uno spuntino come questo, i clienti non potranno che ordinare una birra.

Anelli di cipolla in pastella



Mescolare le uova, il latte e la birra.

Mettere in due ciotole 250 g di farina e 1 cucchiaino di lievito in polvere e mescolare.

In una padella, scaldare abbastanza olio da coprire gli anelli di cipolla.

Immergere gli anelli nella pastella e infarinarli nella prima ciotola. Immergerli di nuovo nella pastella e infarinarli nella seconda ciotola.

Friggere gli anelli in piccole quantità in olio caldo per circa 3 minuti finché non sono dorati. Prelevare gli anelli con una schiumarola e farli sgocciolare su della carta da cucina. Salare e servire subito.

Ricetta messa a disposizione dal sito: GuteKueche.ch - dasGourmetportal.ch.

Ingredienti per 8 porzioni

- 2 cucchiaini di lievito in polvere
- 300 ml di birra Gurten
- 5 uova (sbattute)
- 500 g di farina
- 300 ml di latte
- ¾ l d'olio
- 1 presa di sale (grosso)
- 5 cipolle

Preparazione

Sbucciare le cipolle, tagliarle in dischi spessi 1,5 cm e separare gli anelli.

Nestlé

Punch riscaldanti

➔ Durante le fredde giornate d'inverno, i vostri clienti si riscalderanno con il punch di Nestlé, al rum o alla mela. Inte-

ressante è il margine di guadagno per voi ristoratori. Inoltre, i prodotti sono molto pratici: il sacchetto da 1 kg conviene sia per la preparazione di grandi quantità, sia per una buona conservazione, dato che si può richiudere. A valle come in montagna, quando si va a sciare, il punch di Nestlé è caldamente raccomandato.



➔ www.nestleprofessional.com

Il vino del mese

Amarone

L'**Amarone Valpolicella Classico** è introdotto da una nota di cioccolato e da aromi di composta di fichi. Il vino veronese stuzzica il palato ricordando i dolci natalizi e l'uva passa, con una leggera nota di cannella. La sensazione finale è bilanciata ed elegante. Il corposo Amarone sarà senza dubbio apprezzato dai vostri clienti. E semplificherà anche la vostra vita con un prezzo di 24.50 franchi alla bottiglia (7,5 dl), che vi permetterà di ottenere un eccellente margine con ogni bicchiere alla mescita:

Prezzo di acquisto per dl x margine = prezzo di vendita per bicchiere (dl)
 Nel caso concreto dell'Amarone Valpolicella Classico questo significa:
CHF 3.27 × 2.5 = 8.20 franchi

Ordinatelo subito!

24.50 CHF 75 cl

la bottiglia

Amarone
 Art. 11583
 6 × 75 cl VP cartone

www.myfeldschloesschen.ch



Granini

Il nuovo piacere della frutta

➔ Il marchio Granini è conosciuto per i suoi raffinati sapori fruttati. Con «Granini Apfelschorle» e «Granini Pink Grapefruit»,

voi ristoratori avrete due nuovi prodotti Granini a disposizione, che ben si adattano a soddisfare gusti e situazioni diverse.

Ordinatelo subito!

1.45 CHF

la bottiglia

Granini Apfelschorle
 Art. 11665
 4 × 6 × 0,5 VP PET

www.myfeldschloesschen.ch



Ordinatelo subito!

1.60 CHF

la bottiglia

Granini Pink Grapefruit
 Art. 11666
 24 × 0,33 VP PET

www.myfeldschloesschen.ch



Granini Apfelschorle

Granini Apfelschorle può essere gustato tutti i giorni: i vostri clienti si innamoreranno del sapore fruttato di questo succo frizzante.

Granini Pink Grapefruit

Per i momenti speciali potrete offrire ai vostri clienti il Pink Grapefruit, un succo dal sapore sorprendentemente delicato e agrodolce.

myfeldschloesschen.ch

Le promozioni a portata di clic

Approfittate anche voi delle numerose offerte di HITFlash: su myfeldschloesschen.ch tutto è più rapido e semplice per voi ristoratori.

➔ Sviluppiamo costantemente myfeldschloesschen.ch, la nostra piattaforma per la ristorazione. Le promozioni mensili di HITFlash sono ora reperibili nell'e-shop nella nuova rubrica «Promozioni». Lì potrete inserire comodamente gli articoli nel carrello ed approfittare delle offerte. Non servirà più scaricare il PDF ed ordinare al telefono.

Le promozioni sono segnalate in rosso

Anche non scegliendo direttamente la voce «Promozioni», le offerte dell'e-shop saranno immediatamente riconoscibili, dato che sono contrassegnate in rosso con «Cent Off». I relativi articoli potranno essere ordinati con un clic anche in questo modo. Così non vi sfuggirà più nemmeno un'offerta.

➔ MyFELDSCHLOESSCHEN.ch



▲ Le offerte di HITFlash sono ancora più chiare.

◀ Basta andare all'e-shop e cliccare sulle promozioni.



▲ Le offerte di HITFlash con «Cent Off» saltano all'occhio.

▶ «Cent Off» è ben visibile in tutta la piattaforma.



FESTEGGIA CON CARLSBERG PER TUTTO L'INVERNO!

Carlsberg
PARTY UP THERE

VERBIER⁺
ST-BERNARD

7 DICEMBRE 2013

Arosa Lenzerheide

20 & 21 DICEMBRE 2013

ADELBODEN
Ski World Cup 2014

11 & 12 GENNAIO 2014

ORDINA SUBITO UNA CARLSBERG!



TANJA LA CROIX

That calls for a **Carlsberg**

Apprezare in modo responsabile.



I mix perfetti: il drink del mese



Una gioia per il palato e lo spirito

La ricetta:

Ingredienti

- 4 cl di Jägermeister
- 2-3 Cubetti di ghiaccio
- Schweppes Tonica
- Spicchi di limetta

Preparazione

Versare lo Jägermeister e i cubetti di ghiaccio in un bicchiere da long drink e riempire con Schweppes Tonica. Guarnire con uno spicchio di limetta.

Portate un po' di vitalità alle giornate novembrine con un «Jäger Tonic».

→ È il sapore unico dello Jägermeister, insieme agli altri 56 ingredienti, a renderlo così amato.

Una gioia per il palato

Lo Jägermeister, il cui sapore ricorda le erbe aromatiche, si accompagna perfettamente al gu-

sto amarognolo della Schweppes Tonica. Questo mix risveglierà le papille gustative dei vostri clienti! Abbiamo eletto lo «Jäger Tonic» a drink di novembre, un mese spesso triste, perché questa bevanda è perfetta per risollevarlo il palato e lo spirito.



Adatta alle località sciistiche, ai festaioli ed alla ristorazione

Le feste Carlsberg in montagna

Carlsberg lancia le feste nelle località sciistiche e crea una situazione vincente per tutti: della promozione delle birre per l'après-ski e la vita notturna approfittano tanto i festaioli, quanto le località sciistiche e la ristorazione.

→ Dopo la Carlsberg Nightlife Challenge dell'estate, Carlsberg si prepara a ravvivare la vita notturna invernale delle località sciistiche di Verbier, Arosa/Lenzerheide e Adelboden/Frutigen. Oltre ai festaioli ed alle località sciistiche, della promozione approfitteranno anche i circa 200 clienti Carlsberg coinvolti, che riceveranno degli

accattivanti kit promozionali e potranno offrire ai loro clienti le ambite tessere-birra Carlsberg. Un ulteriore vantaggio deriverà dalla pubblicità sui vari media.

Premi accattivanti

Nei locali dei ristoratori interessati, i clienti potranno vincere premi immediati, skipass ed interi pacchetti VIP con pernotta-

menti e biglietti per le feste top. I ristoratori stessi hanno la possibilità di vincere un fine settimana VIP per quattro persone in una località sciistica.

Anche le località sciistiche possono gioire: «Regaliamo loro la pubblicità nelle città e nelle regioni e presso dei gruppi-obiettivo altrimenti difficili da raggiungere per loro», spiega Alexandra Schwarz, Channel Marketing Manager.

Tanja La Croix e Yves Larock

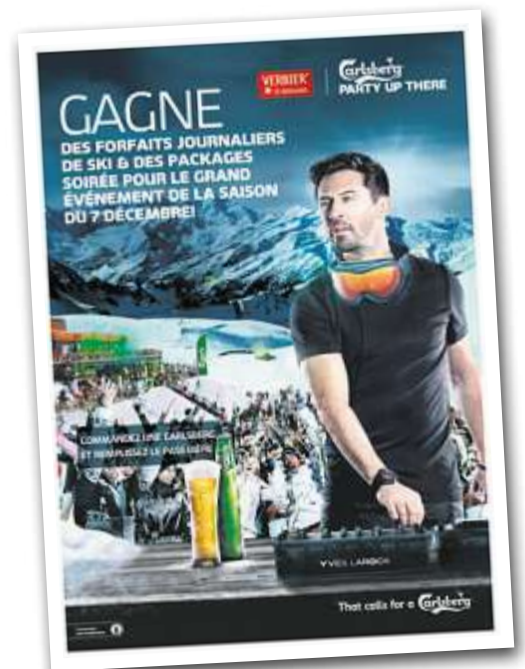
«L'attivazione avviene in due ondate che dureranno fino a primavera, con due eventi top ciascuna», spiega Ivo Frei, Group Activation Manager. La prima ondata partirà in ottobre. Anche i fan di Tanja La Croix e

Yves Larock avranno la loro parte: come già per la Carlsberg Nightlife Challenge, i due super DJ torneranno al mixer. Yves Larock nel fine settimana inaugurerà a Verbier, Tanja La Croix nel fine settimana prenatalizio ad Arosa. Ottimo motivo per spingere i festaioli sulle montagne.

Di notte feste sfrenate presso i clienti Carlsberg nelle località sciistiche.



Di giorno sport invernale, come qui ad Arosa.



Food & Wine Pairing

VINI, CHE AFFIANCANO I VOSTRI PIATTI.

*Per esempio «cucina svizzera»
Impanata di maiale & Merlot del Ticino*



**NUOVO
THE BOTTLE**
by Felschlösschen

Ordinazioni via
www.myfelschloesschen.ch
0848 805 010

*Sminuzzato con Rösti &
Perseus Pinot Noir Barrique*



*Trota arrosta &
Dézaley*



*Fondue al formaggio &
Johannisberg*



*The Bottle seleziona vini di qualità che affiancano i vostri piatti.
Il nostro assortimento ed il nostro sostegno per la combinazione
vincente di piatti e vini li trovate online sotto: www.bottle.ch*

**THE
BOTTLE**
VINO DA CONDIVIDERE

Nuovo concetto vinicolo esclusivo per clienti riforniti direttamente

«The Bottle»: le vostre pietanze decidono la carta dei vini

La nuova offerta vinicola di «The Bottle» è disponibile in esclusiva per voi ristoratori riforniti direttamente. Comprende 85 vini di qualità certificati e perfetti per le vostre pietanze. Assieme ai nostri specialisti vinicoli, trovate il «vino per i clienti» perfetto.

➔ «The Bottle» è sinonimo di vini di alta qualità a prezzi equi, perfettamente adatti alle più amate pietanze svizzere.

Testati e selezionati

Al fine di soddisfare quest'esigenza, è stato selezionato il meglio da centinaia di vini. Per fare ciò, «The Bottle» opera in stretta collaborazione con l'«École d'Ingénieurs de Changins» di Nyon.

I verificatori di qualità indipendenti di questa scuola vinicola, nota ben oltre i confini nazionali, hanno testato ogni singolo vino prima che questo venga a far parte dell'assortimento iniziale di 85 vini. «The Bottle» include esclusivamente vini di noti produttori di tutto il mondo - da Fontanafredda (Italia) a J.&M. Dizerens (Canton Vaud).



«Adeguiamo perfettamente il vostro assortimento di vini al vostro menu.»

Lukas Neulen, Wine Director

Nuovo Sales Manager vinicolo

Sotto la guida di Lukas Neulen, il nostro reparto vinicolo

ha ampliato il proprio know-how. Ora, accanto ai competenti Sales Manager birrai, sono a disposizione di voi ristoratori anche i Sales Manager vinicoli. «Unitamente ai nostri specialisti vinicoli, i ristoratori possono creare un assortimento individuale, in perfetta sintonia con le loro pietanze e il loro menu», spiega Lukas Neulen.

Abbiamo il vino adatto a voi ed ai vostri clienti, che si tratti di cucina svizzera, mediterranea o asiatica, di grigliate, di spuntini o di aperitivi.

Nuove raccomandazioni

Siete pronti a stupire i vostri clienti? I nostri esperti vinicoli saranno lieti di aiutarvi! Facciamo l'esempio del sushi: il pesce crudo non è un partner semplice per il vino; tuttavia, accoppiato ad uno Chasselas svizzero, snello e minerale, stupirà i vostri clienti per l'eccezionale armonia dei due caratteri gustativi.

Siamo lieti di consigliarvi

Approfittate anche voi del nostro esclusivo concetto vinicolo, nato appositamente per la ristorazione. Per maggiori informazioni su «The Bottle» visitate il sito myfeldschloesschen.ch o la homepage www.bottle.ch. In alternativa, chiamateci allo 0800 000 100. Saremo lieti di battere con voi nuove vie nel settore vinicolo, aumentando così i vostri fatturati.

➔ www.bottle.ch

Selezionati



L'assortimento di «The Bottle» comprende solo i vini maggiormente in armonia con le pietanze più richieste.

Testati



«The Bottle» fa testare l'intero assortimento dai partner di qualità indipendenti dell'«École d'Ingénieurs de Changins».

Esclusivi



Tutti i vini sono disponibili solo per i clienti Feldschlösschen riforniti direttamente.



Il vino adatto ad ogni pietanza: «The Bottle», il nuovo concetto vinicolo Feldschlösschen.

Matthias R. Koch offre consigli per il marketing on-line

«Una pubblicità gratuita più semplice non esiste»

Il marketing on-line giusto regala ai ristoratori maggiori clienti e guadagni. Matthias R. Koch spiega perché un sito web proprio ed un accesso WLAN gratuito per i clienti non rappresentino uno sforzo ed un costo eccessivi.

Lei vede nel marketing on-line un punto ancora debole della ristorazione. Non è tuttavia semplice avere sempre una visione d'insieme delle varie possibilità.

È vero, le possibilità sono inesauribili. Vi sono sempre nuove idee, tra cui alcune di particolarmente eccentriche, nelle quali il gioco

Cosa deve contenere assolutamente un sito web?

In molti casi è sufficiente che contenga gli orari di apertura, l'indirizzo ed un contatto. È importantissimo non sovraccaricare il sito web. Non vi è nulla di peggio di dover sfogliare un sito per degli interi minuti prima di trovare un numero di telefono.

«**È importantissimo non sovraccaricare il sito web.**»

non vale la candela. Consiglio di concentrarsi sull'essenziale, su un sito web semplice, su un accesso WLAN gratuito per i clienti e sulla presenza nelle principali reti sociali.

Rispetto alla presenza web, per i ristoratori è davvero indispensabile gestire un proprio sito web?

Non appena un esercizio inizia ad offrire delle prestazioni accessorie, organizzando eventi, la presenza web propria diviene indispensabile. Un'osteria di paese, al contrario, non necessita secondo me di una propria presenza web. Tuttavia male non fa di sicuro, anche perché lo sforzo necessario non è certo gravoso. A questo si aggiunge il fatto che un sito web oggi non è così caro.

Vale la pena incaricare un professionista della realizzazione del sito web?

Sì, per allestire un sito è consigliabile ricorrere ad un aiuto professionale. I siti web «fatti in casa» hanno una ricaduta negativa sull'immagine di un esercizio. Inoltre, un professionista sa cosa fare affinché un sito web sia trovato dai motori di ricerca come Google.

Ha parlato anche dell'accesso WLAN per i clienti.

Perché?

L'accesso WLAN si è reso sempre più necessario da quando praticamente tutti hanno uno smartphone. In precedenza, un accesso WLAN gratuito era una cosa comune in alberghi ed aeroporti, dato che Internet fuori



Matthias R. Koch spiega quali siano le misure di marketing on-line più efficaci.

Matthias R. Koch, esperto e CEO della Monzoon AG

L'impresa svizzera di telecomunicazioni Monzoon Networks AG è uno dei primi fornitori europei di Public Wireless Internet Access e di servizi. Monzoon gestisce una rete WLAN estesa che offre un accesso ad Internet rapido e senza fili tramite hotspot. Tra gli

hotspot di Monzoon si contano numerosi aeroporti, hotel, centri di conferenze e ristoranti, oltre a numerosi centri cittadini in tutta la Svizzera.

→ www.monzoon.net

casa era usato dalle persone con tempo a disposizione. Con gli smartphone Internet è diventato onnipresente: siamo sempre on-line!

E questo accesso WLAN deve essere gratuito per i clienti?

Assolutamente: il cliente deve poter accedere ad Internet gratuitamente. Molti utenti degli smartphone sono giovani ed attentissimi al denaro.

L'idea è certo bella. Ma cosa fare con i costi sostenuti dal ristorante?

Per un hotspot pubblico, un ristorante di circa 60 posti a sedere non deve svenarsi. Parliamo di costi di installazione unici di circa 200 franchi e di un costo mensile di 40 franchi.

« Con un accesso WLAN gratuito per i clienti si soddisfa una grande esigenza. »

E cosa mi dice dell'impegno aggiuntivo? I ristoratori hanno già abbastanza da fare ogni giorno senza doversi occupare anche dei problemi tecnici.

Per chi desidera applicare delle misure di marketing poco impegnative, il WLAN non rappresenta alcuno sforzo. I fornitori offrono di norma un servizio completo. Nelle soluzioni più semplici, il ristorante collega la centralina dell'hotspot alla propria connessione ADSL ed il gioco è fatto. Più semplice di così!

E cosa succede se si verificano dei problemi di accesso?

Anche questo non rappresenta un problema, grazie ad una linea di assistenza gratuita attiva giorno e notte.

Un hotspot pubblico è quindi consigliabile per qualsiasi esercizio?

Questo dipende dall'atmosfera e dalla clientela. In un ristorante

che offre delle eleganti cene di gala, il WLAN non rappresenta un'esigenza stringente come in un ristorante che attira soprattutto clienti aziendali. In quel caso rappresenta una necessità imprescindibile, come negli esercizi che si rivolgono ad un pubblico giovane. Dato che il servizio è impercettibile, non reca alcun tipo di disturbo. Il piccolo investimento merita quindi sempre di essere fatto.

Perché?

Per molti motivi. Offrire ai propri clienti qualcosa di sempre più richiesto e farli rimanere più a lungo, il che significa maggiori consumazioni.

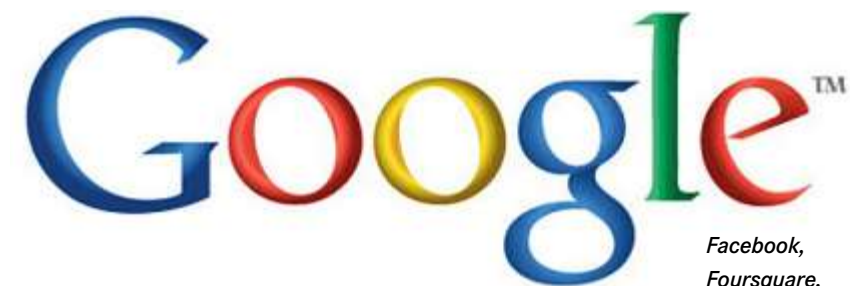
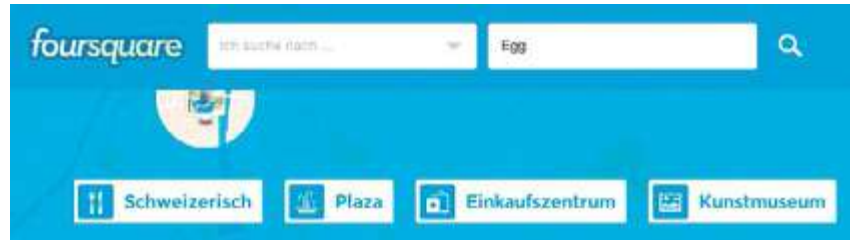
Ma può anche succedere che qualcuno sieda per delle ore con un'acqua minerale. La

cosa è poco desiderabile, dato che così si occupano i tavoli per altri possibili clienti.

In questo caso il servizio WLAN può e deve essere variato. Ad esempio, l'accesso durante l'orario di pranzo può essere reso a pagamento dopo un determinato periodo di tempo. Nel pomeriggio, quando l'attività cala, può essere riaperto indipendentemente dalla durata d'uso, permettendo al cliente di navigare liberamente e gratuitamente.

Quali sono gli altri vantaggi di questo servizio per i clienti?

L'offerta consente di presentare l'esercizio. Se il cliente ha bisogno di un collegamento, dovrà prima di tutto accedere attraverso una pagina di registrazione stilisticamente simile al sito web del ristorante. Lì sarà possibile segnalare attivamente le offerte speciali. Questo può fare sì, ad esempio, che un cliente venga a conoscenza del ristorante, mag-



Facebook, Foursquare, Google: Matthias R. Koch elenca le piattaforme ed i servizi più adatti alla ristorazione.

ri sfruttando la connessione mentre siede in una banca nelle vicinanze. È possibilissimo che in questo modo si conquistino un nuovo cliente.

La cosa sembra complicata: come avviene la registrazione?

In maniera semplicissima tramite il numero di cellulare. È legalmente necessario che gli utenti si identifichino presso gli accessi pubblici. Anche in questo caso il ristorante può però cedere l'intera responsabilità al fornitore.

Dal semplice accesso alla rete mondiale: quando vale la pena essere presenti sui media sociali, come ad esempio Facebook?

La su Facebook presuppone l'interazione con i clienti: una cosa sensata se un ristorante organizza degli eventi. In questo caso, Facebook rappresenta il luogo adatto, quasi più importante di un sito web proprio. Per un ristorante normale, Facebook è meno importante.

Continua a pagina 13 ►

I cardini del marketing on-line

1 Sito web proprio con contatto, indirizzo ed orari di apertura. Puntate su una soluzione semplice ed affidatevi ad un professionista per creare il sito.

2 L'accesso WLAN gratuito è imprescindibile se puntate ad una clientela composta da giovani e professionisti. Il servizio può rappresentare comunque un argomento di vendita decisivo.

3 Presenza sulle principali reti sociali Se organizzate degli eventi nel vostro esercizio, una pagina Facebook

propria è l'ideale, in quanto vi permette di interagire facilmente con i vostri clienti. Vale inoltre la pena essere presenti sulle principali reti locali basate sulla geolocalizzazione (Foursquare, Google con Google Places e Google Local, Yelp, Qype, My Table).

→ www.facebook.com

→ www.foursquare.com

→ www.google.ch

→ www.yelp.ch

→ www.qype.com

→ www.mytable.com

Accesso gratuito ad Internet per i vostri clienti



Vi regaliamo il
materiale informatico
del valore di 199 CHF

Grazie alla società Monzoon AG, i vostri clienti potranno accedere gratuitamente ad Internet. Se vi abbonate per tre anni, vi offriamo il materiale informatico del valore di 199 CHF. Le spese per l'uso sono di soli 28 CHF/mese.

Troverete maggiori informazioni e un buono d'ordine su MyFELDSCHLOESSCHEN.ch alla rubrica «Migliori economie / Deals».



Tuttavia è necessario sapere che è possibile utilizzare i vantaggi della piattaforma anche senza usare la propria pagina Facebook: ad esempio congratulandosi con la squadra locale per le sue vittorie. In questo modo è possibile farsi pubblicità sfruttando le piattaforme già esistenti.

Dove si annidano i rischi di tali piattaforme?

Tutte le pagine interattive, compresi i siti web che offrono la possibilità di pubblicare commenti, devono essere curate. Se non si ha il tempo di farlo è me-

glio rinunciare. Infatti, lo scambio costante con i clienti è impegnativo. Tuttavia, proprio in questo vedo un'ottima opportunità per un esercizio che voglia passare le redini del gioco alla nuova generazione. I più giovani sono facilitati nell'uso dei media sociali.

Vi sono altre reti sociali, oltre a Facebook, sulle quali vale la pena puntare?

Sono soprattutto le reti sociali basate sulla geolocalizzazione ad essere interessanti per i ristoratori. Di esse fanno parte i portali come Foursquare, che

trovano applicazione soprattutto con gli smartphone. Il servizio sfrutta la funzione GPS del dispositivo mobile per reperire la posizione attuale dell'utente. Tramite un'app, gli utenti possono lasciare commenti e suggerimenti circa i luoghi maggiormente interessanti, tra cui i ristoranti. In questo modo è possibile conquistare nuovi clienti. Per fare in modo che l'utente possa lasciare le proprie valutazioni, il ristoratore deve registrarsi al portale. Un impegno unico e gratuito che sicuramente si ripaga. Non esiste una pubblicità gratuita più semplice. ●



Sempre più clienti hanno la necessità di navigare con i propri smartphone nei locali.

La nostra nuova offerta Internet riservata ai clienti Feldschlösschen

Accesso gratuito ad Internet per i vostri clienti

Vi regaliamo il materiale informatico del valore di 199 CHF

Grazie alla società Monzoon AG, i vostri clienti potranno accedere gratuitamente ad Internet. Se vi abbonate per tre anni, vi offriamo il materiale informatico del valore di 199 CHF. Le spese per l'uso sono di soli 28 CHF/mese.



Un sito Internet da professionisti...

...a soli 750 CHF

Creazione di un sito Internet commerciale per il vostro esercizio, realizzato insieme alla società Toweb Srl. I costi forfettari di 750 CHF sono ridotti della metà rispetto ai prezzi di mercato. E nei primi 12 mesi sono incluse le seguenti prestazioni:

- Sito Internet moderno ed elegante con 8 sotto-rubriche
- Registrazione di un nome di dominio (indirizzo web)
- 5 attualizzazioni al mese di immagini o di testi
- Hosting
- 4 indirizzi e-mail
- Formulario di contatto sul sito Internet
- Contatore di visite e modulo di statistica on-line
- Back-up settimanale di tutto il sito
- Assistenza tecnica via e-mail o via telefono

+++ Offerta supplementare +++ Pagina Facebook...

...a soli 549 CHF

Creazione di una pagina Facebook professionale per il vostro esercizio e collegata al vostro nuovo sito Internet.



Troverete maggiori informazioni e un buono d'ordine su myfeldschloesschen.ch, alla rubrica «Migliori economie / Deals».

La nostra nuova offerta Internet riservata ai clienti Feldschlösschen

Un sito Internet da professionisti...

...a soli 750 CHF

Creazione di un sito Internet commerciale per il vostro esercizio, realizzato insieme alla società ToweB Srl. I costi forfettari di 750 CHF sono ridotti della metà rispetto ai prezzi di mercato. E nei primi 12 mesi sono incluse le seguenti prestazioni:

- Sito Internet moderno ed elegante con 8 sotto-rubriche
- Registrazione di un nome di dominio (indirizzo web)
- 5 attualizzazioni al mese di immagini o di testi
- Hosting
- 4 indirizzi e-mail
- Formulario di contatto sul sito Internet
- Contatore di visite e modulo di statistica on-line
- Back-up settimanale di tutto il sito
- Assistenza tecnica via e-mail o via telefono

+++ Offerta supplementare +++

Pagina Facebook...

...a soli 549 CHF

Creazione di una pagina Facebook professionale per il vostro esercizio e collegata al vostro nuovo sito Internet.



Troverete maggiori informazioni e un buono d'ordine su MyFELDSCHLOESSCHEN.ch alla rubrica «Migliori economie / Deals».



Riuscire meglio grazie a myfeldschloesschen.ch

Il nuovo portale e il giudizio degli utenti

Ordinare i prodotti sempre e da ovunque, preparare da sé del materiale pubblicitario, informarsi sulle azioni promozionali, ecc. I nostri clienti testimoniano come usano myfeldschloesschen.ch e quanto l'apprezzino.

Vikas Kakkar (Club Kuppel, Basilea)

«myfeldschloesschen.ch facilita la mia quotidianità»

→ «Disponibile sempre e dappertutto grazie agli smartphone, dall'ufficio come da casa, myfeldschloesschen.ch facilita considerevolmente la mia quotidianità» spiega Vikas Kakkar, capo-bar del club basilese Kuppel, uno degli utenti della prima ora, che effettua ormai tutte le ordinazioni da questo portale. Mentre prima c'era il pericolo di perdere un'ordinazione inviata via fax, ora non mi devo più preoccupare», spiega Kakkar. Inoltre, così ha sempre un occhio sulle disponibilità in stock e sulle fatture pendenti. «Perché non staccarsi da carta e telefono ed entrare nell'era della tecnologia moderna?».

→ www.kuppel.ch



Vikas Kakkar del club Kuppel può fare le ordinazioni sempre e ovunque.

Roland Herren (Flughafen-Beizli, Thun)

«Poter ordinare anche la domenica»



Il piccolo locale dell'aeroporto di Thun effettua le ordinazioni on-line.

→ «Funziona ad ogni ora e non è complicato», ci dice Roland Herren di Thun, che usa myfeldschloesschen.ch soprattutto la domenica. «Difatti è la domenica che ho tempo per le ordinazioni on-line». Il marito della ristoratrice Cornelia Ruchti Herren usa spesso internet. Ha aperto una pagina Face-

book per il ristorante dell'aeroporto e concepisce il suo materiale pubblicitario direttamente su myfeldschloesschen.ch. Roland Herren apprezza di non dipendere dagli orari di apertura o dai luoghi, ma di poter utilizzare il tutto tramite il cellulare.

→ www.thun-airfield.ch

François Terrapon (Bar L'Imprévu, Carouge)

«Niente telefonate perditempo»

→ «Per me, myfeldschloesschen.ch è la soluzione perfetta», racconta François Terrapon. Il gestore ginevrino è uno dei primi e regolari utenti della piattaforma per la ristorazione. Questo gli ha enormemente semplificato il lavoro, come racconta il romando: «I miei orari nel locale sono notevoli. Di solito non riesco ad avere il tempo di sbrigare le faccende amministrative. Per questo una delle cose che amo di più di myfeldschloesschen.ch è la possibilità di ordinare le merci sempre e, con lo smartphone, anche ovunque.

Promozioni e novità

Ma non è tutto: François Terrapon, sulla piattaforma, si informa anche regolarmente a proposito delle promozioni e delle novità. «Anche in questo caso sono svincolato dagli orari e dalle telefonate perditempo.»



«La soluzione perfetta» per il bar L'Imprévu di Carouge.

Il gran finale della Carlsberg Nightlife Challenge

Festa sul Pilatus trasmessa dal vivo in tre club di tendenza

Quasi 1000 festaioli hanno ballato con i celebri DJ Tanja la Croix e Yves Larock. Il gran finale della Carlsberg Nightlife Challenge è avvenuto sul Pilatus e, grazie alla tecnologia dell'ologramma, contemporaneamente in tre club di tendenza.

➔ Per tutta l'estate i club svizzeri clienti di Carlsberg hanno riscaldato l'atmosfera. A metà settembre, la Carlsberg Nightlife Challenge ha conosciuto il proprio momento finale e culminante. Al «Best Swiss Party Ever» sul Pilatus il popolo della notte ha ballato fino alle 4 del mattino. I celebri DJ internazionali Tanja La Croix e Yves Larock hanno dato il massimo, entusias-

mando non solo il pubblico sul monte più noto di Lucerna. Un ologramma ha trasmesso questa festa leggendaria anche nei club «Le Ciel» di Berna, «Aura» di Zurigo e «MOA» di Ginevra.

Un successo per la ristorazione La Carlsberg Nightlife Challenge ha avvantaggiato soprattutto la ristorazione. I club interessati hanno offerto qualcosa di uni-

co ai loro clienti, ricevendo degli accattivanti kit promozionali ed un'ottima pubblicità sui vari media. ●

Impressioni dal «Best Swiss Party Ever» sul Pilatus.



Il GalandaRock al City West di Coira

La festa danzante di Coira ora in un centro commerciale

Si tratta di una prima assoluta per la Svizzera: in occasione del tradizionale CalandaRock, le feste danzanti hanno una location d'eccezione: il nuovo City West di Coira.



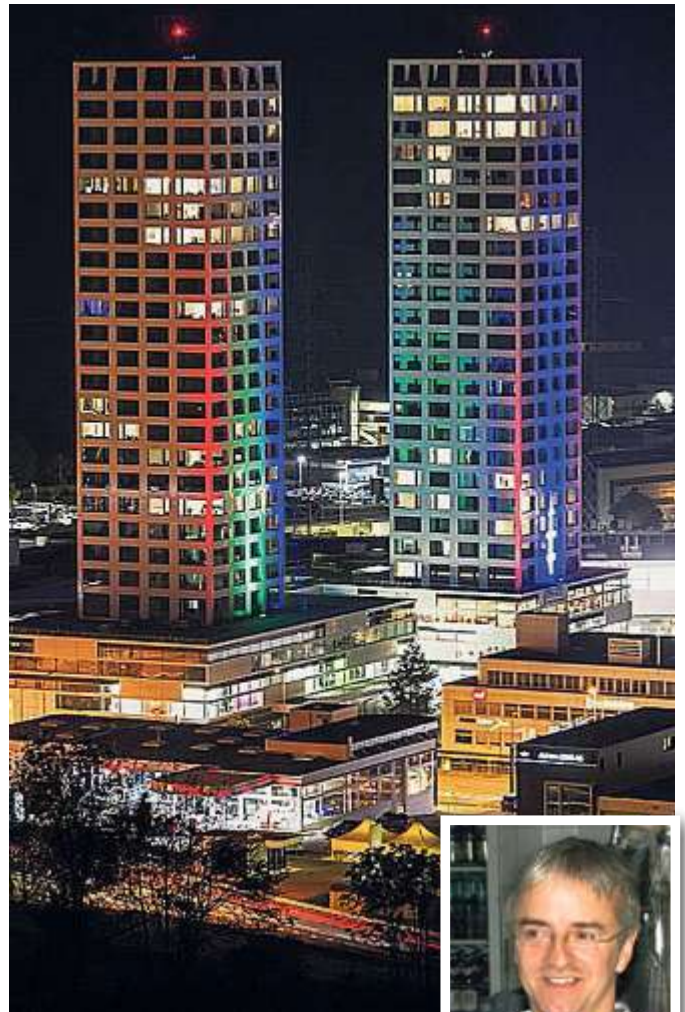
➔ Dopo Berlino e altre metropoli europee, Coira sarà la prima città svizzera che avrà l'onore di ospitare delle feste danzanti in un centro commerciale: il richiamo di pubblico è assicurato!

Il CalandaRock si trasferirà nella sua nuova location, presso le Torri Gemelle del centro commerciale City West di Coira. La prima festa danzante di questo tipo si terrà il 9 novembre per poi ripetersi ogni due mesi.

CalandaRock e Carlsberg

Il CalandaRock si terrà presso la sala eventi del City West insieme al partner Feldschlösschen e a Carlsberg, la birra premium della vita notturna. Secondo Rico Böni, proprietario della location e organizzatore della festa: «I servizi e i prodotti di Feldschlösschen sono perfetti per la nostra festa danzante. Siamo felici di poter inaugurare questo nuovo capitolo nella sala eventi con un partner di questo calibro.»

➔ www.citywest-eventhall.ch



Grazie a Rico Böni, le feste danzanti del CalandaRock si terranno presso il City West di Coira.

L'ologramma in diretta ha portato il «Best Swiss Party Ever» dal Pilatus anche in tre club, come l'«Aura» di Zurigo.

La mia birra preferita: Feldschlösschen Original
«Dopo un'escursione, non c'è niente di meglio di una birra fresca»



« Giù in valle, di solito, bevo raramente una birra. Ma dopo una faticosa escursione in montagna, non c'è niente di meglio che una bella Feldschlösschen Original fresca per riprendere energia per la via del ritorno. »

Rubini, ospite del rifugio CAS Doldenhorn a 1915 m, presso Kandersteg.



Succhi freschi di tendenza dalla valle Rauch: Cranberry, il „trendy berry“ e happy day Mango

Particolarmente vigoroso nel gusto e nel colore: Rauch presenta la bacca rossa in qualità di eccellenza appositamente per la gastronomia – ora anche nella bottiglietta elegante da 0,2 l riciclabile per il consumatore. Il sapore esotico di happy day Mango da 1,0 l completa l'assortimento destinato al settore bar.

Attenzione alla grande offerta
con prezzi ribassati nel HIT
FLASH di novembre 2013 su tutta
la gamma di prodotti RAUCH



„Trendy berry“ e „Exotic Mango“
(RANKWEIL, Austria) „Cranberry è il succo del momento, sia puro, sia come aggiunta alle bevande miscelate“, secondo Heiner Schäublin, direttore vendite della Rauch Svizzera. „Perciò era importante per noi fornire alla gastronomia un prodotto veramente straordinario. Non utilizziamo alcun aroma artificiale e il nostro succo ha un elevato contenuto di succo direttamente dalla bacca cranberry. Ciò determina un gusto inconfondibile naturale-intenso e un colore rosso vigoroso.“

Happy day Mango da 1,0 l Elopack convince anche per il suo gusto esotico e il piacere vellutato. L'armonia della ricetta è completata da un tocco di maracuja ed è un invito per la miscelazione in ambito bar.

La forma piacevole della bottiglietta da 0,2l contribuisce alla sensazione rinfrescante con il colore e il sapore del succo Rauch Cranberry. E contribuisce a preparare cocktail alla moda.



Cranberry Mojito
6 - 8 cl di Rauch Cranberry
4 cl di rum
1,5 - 2 cl di succo fresco di limetta
1 cucchiaino raso da tavola di zucchero di canna menta

ORDINARE ORA!
su
myfeldschloesschen.ch

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.



Gli assetati



Rumori

➔ **Stephan:** Beat, trovi scomodamente ruttare in compagnia?

Beat: Di certo ci sono rumori peggiori.

Stephan: Tipo?

Beat: Ad esempio quando si è soli in una stanza d'albergo e nel-

la stanza accanto ne fanno di tutti i colori per tutta la notte. Oppure quando si sta facendo una passeggiata e, passando accanto ad una fattoria, si sente all'improvviso un latrato.

Stephan: Per me non c'è niente di

peggio della sveglia. O dei lavori stradali, che iniziano alle sei e mezzo del mattino per smettere solo quando sei completamente sveglio.

Beat: E le urla disperate mentre si attende il proprio turno dal dentista? Oppure quelli che suo-

Gli editorialisti di SETE:

Stephan Pörtner (SX), scrittore, traduttore e vincitore dello «Zürcher Krimipreis».

Beat Schlatter (DX), cabarettista, attore e sceneggiatore.

nano alla porta giusto quando ti prepari a sparanzarti davanti alla TV?

Stephan: E il robot tosaerba, che il vicino fa funzionare ogni giorno all'ora del pisolino perché ha sbagliato a programmarlo. Per non parlare dei soffiatori da giardino. **Beat:** Lo stridere metallico di chi parcheggia senza aver notato il pilone dietro all'auto.

Stephan: L'oste della porta accanto che getta il vetro a perdere dopo la chiusura notturna. O quel musicista di strada sul tram, tanto stonato da far rimpiangere lo stridere delle ruote in curva.

Beat: Il peggio del peggio però è il silenzio. Il silenzio che si insinua sempre quando si ha voglia di un birra, ma la bottiglia è vuota.

Il centro di assistenza ai clienti Feldschlösschen

Le risposte alle domande

➔ La consegna è incompleta? La spina funziona a singhiozzo? Oppure avete un'altra domanda? Feldschlösschen è sempre disponibile! I sette collaboratori del centro di assistenza ai clienti hanno un ampio know-how nell'immediata risoluzione dei temi scottanti.

Sono appositamente formati e messi in rete al meglio da Feldschlösschen.

Competenza e cortesia

«Competenza e cortesia sono i nostri principi fondamentali», spiega Manfred Weiss, direttore dell'assistenza. In caso di ri-

chieste che necessitano di una soluzione rapida, i «pompieri» del centro di assistenza ai clienti Feldschlösschen rappresentano il vostro pronto soccorso. Quindi, se la situazione si fa scottante, chiamate lo 0848 125 101! ●



Competenza e cortesia: il nostro centro di assistenza ai clienti.



Dizionario della birra

H come Hopfen (luppolo)

Il luppolo conferisce alla birra il suo aroma tipico e un sapore delicatamente aspro. La quantità di luppolo dipende dalla qualità della birra e il contenuto minimo varia da 100 a 400 grammi per ettolitro. Il birraio utilizza solo i fiori femminili non fecondati del luppolo, le cosiddette «ombrellone», che contengono sostanze amare e aromi. Per produrre la sua birra, Feldschlösschen utilizza anche il luppolo svizzero, di cui l'azienda è il maggiore consumatore. Tra l'altro, il luppolo è anche una pianta curativa: contiene, ad esempio, sostanze utili per combattere l'osteoporosi.

La barzelletta del mese

«Claudio a sua moglie Giulia: «Ieri al bar un tipo ha promesso dieci bottiglie di vino a chi non ha mai baciato un'altra donna durante tutti gli anni di matrimonio. E pensa che nessuno si è fatto avanti.» Così la moglie arrabbiata chiede: «Ma tu perchè non ti sei fatto avanti?» - «Ma cara», risponde il marito, «lo sai bene che io bevo solo birra».

Prova il nuovo Cardinal Draft Absinth ...



... se hai il coraggio.

ordinare adesso su
myfeldschloessen.ch

Apprezzare in
modo responsabile.



Circa 600 ospiti in festa nel «Forum» della fiera

I friburghesi celebrano la propria birra alla «Serata Cardinal»

La «Serata Cardinal» è una tradizione. Una volta all'anno il marchio noto in tutta la Svizzera torna a casa propria. Tra i molti ospiti erano presenti, anche questa volta, numerosi clienti della ristorazione.

➔ Tante personalità politiche, economiche e culturali, unitamente a molti clienti della ristorazione e del commercio al dettaglio, hanno vissuto una piacevole «Serata Cardinal» in compagnia dei collaboratori di Feldschlösschen.

Alle radici del marchio

L'obiettivo di questa serata tradizionale è riunire i diversi inte-

ressati e sottolineare le forti radici locali di questo marchio pan-elvetico.

Cardinal, come spiega Thomas Amstutz, è diffusa in tutta la Svizzera e rappresenta un marchio amato ovunque. Il CEO di Feldschlösschen ha però puntualizzato che «Cardinal è molto legata alla città ed al cantone di Friburgo. È importante tutelare le radici del marchio.» ●



Thomas Amstutz (CEO di Feldschlösschen, a sx) e Manfred Gauch (direttore della Cave des Rochers di Düdingen) si godono la serata di Friburgo.



Una piacevole accoglienza: le casse gialle di Cardinal indicano agli invitati la strada per il «Forum» della fiera di Friburgo.



L'ambasciatore Cardinal René Zurkinden (sx) parla con Beat Vonlanthen, consigliere di stato del Canton Friburgo.



Atmosfera rilassata: i clienti si gustano la serata con una Cardinal appena spillata.



APÉRO-TIME VI RACCOMANDIAMO:



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


FELDSCHLÖSSCHEN
 Part of the Carlsberg Group

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

Vino, semplicemente.

horeca

Concorso – In palio:

Una birra Vintage premiata

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. Come si chiama il nuovo concept per il vino di Felschlösschen?

- T** The Glass
O The Bottle
F The Cup

2. Cosa non deve assolutamente mancare sul sito Internet di un ristorante o bar?

- N** L'indirizzo e gli orari d'apertura
A Il luogo di nascita dei ristoratori
E I curriculum vitae del personale

3. Dove ha luogo in autunno la «Soirée Cardinal»?

- M** A Zurigo
I A Rheinfelden
L A Friburgo

4. Come si chiamano i due editorialisti di SETE?

- A** Mike Müller e Milena Moser
I Beat Schlatter e Stephan Pörtner
E Stan Laurel e Oliver Hardy

5. Da quale Paese viene la Grimbergen, la nostra birra del mese?

- B** Dal Messico
C Dall'Olanda
N Dal Belgio

6. In quale città svizzera il centro commerciale si trasforma in un night club?

- O** A San Gallo
E A Coira
I A Briga

La soluzione è:



JAHRGANG 2011



LIMITIERTE AUFLAGE, NR. 052

La birra «Theophil Vintage II»: una specialità del birrificio Felschlösschen di Rheinfelden.

La «Theophil Vintage II» riceve il «Red Dot Award»

«Theophil Vintage II», la birra speciale Felschlösschen a edizione limitata, ha ricevuto il riconoscimento del «Red Dot Award». Il «Red Dot Award» è uno dei riconoscimenti internazionali di design più prestigiosi. L'agenzia Process, che ha ideato per Felschlösschen il design della

«Theophil Vintage II», andrà a ritirare il premio il 18 ottobre di quest'anno a Berlino.

Con le ciliegie della Fricktal
 «La «Theophil Vintage II» è stata prodotta nel settembre 2011 in un'edizione limitata di 500 bottiglie in onore dei fondatori della Felschlösschen Theophil

Roniger e Mathias Wüthrich. Le migliori ciliegie della Fricktal conferiscono a questa birra scura speciale un intenso aroma fruttato. Risolvete il quiz in questa pagina. Con un po' di fortuna, potrete vincere una delle 20 bottiglie numerate a edizione limitata di «Theophil Vintage II».

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 una bottiglia della birra speciale «Theophil Vintage II»
Termine ultimo di spedizione:
10 novembre 2013

I vincitori del concorso SETE di settembre 2013



Si sono aggiudicati il «Cervelat und Tafelspitz» (a sinistra): **Rudolf Nussbaum**, Péry; **Orlando Grandi**, Fiesch, e **André Glaser**, Reinach. Hanno invece vinto un cofanetto regalo «Sogni & Delizie» (foto a destra): **Carole Perucco**, Rebeuvelier; **Jean-Michel Niklaus**, Lugano, e **Paul Käppeli**, Merenschwand. Congratulazioni a tutti.



WIN THE GOLDEN POTATO



Vinci la
patata d'oro per
un valore di
CHF 10'000.—



AGROTURISMUS
SCHWEIZ+
WWW.AGROTURISMUS.CH

Chips eccelse, perché diamo il massimo.

Z
ZWEIFEL

ESPERTI
IN CHIPS

Tutte le informazioni sulle confezioni di chips Zweifel, www.zweifel.ch o www.zweifel.ch/facebook

zweifel.ch/gastro

Uno sguardo oltre confine



Con il Dinner-Jumping l'appetito non finisce mai



Servizio fotografico per l'iniziativa: anche i ristoratori si divertono con il Dinner-Jumping.

Un'iniziativa interessante per la gastronomia svizzera e per il turismo: il Dinner-Jumping! Cinque ristoratori della Foresta Nera mostrano come sia possibile offrire qualcosa di davvero speciale con questa iniziativa.

Questi cinque ristoratori si sono uniti per uno scopo comune: a Sasbachwalden, località turistica nella Foresta Nera, invece di servire i loro piatti seduti al ristorante, fanno spostare gli ospiti da un posto all'altro. La Foresta Nera è l'ambiente ideale per il Dinner-Jumping: una passeggiatina dopo ogni portata, per arrivare al ristorante successivo e gustare un altro piatto, migliora la digestione e fa venire l'acquolina in bocca in attesa della prossima prelibatezza. Per i ristoratori il Dinner-Jumping è un modo per aumentare i

guadagni, mentre gli ospiti hanno l'occasione di scoprire le varie specialità culinarie in modo originale.

L'idea è semplice: cinque ristoratori offrono un menu di quattro portate in quattro ristoranti diversi. I ristoratori partecipanti sono cinque, così è possibile offrire il Dinner-Jumping tutto l'anno su prenotazione individuale.

Ristoranti diversi

I ristoranti vanno dalle taverne rustiche – come «Holzwurm», «Fässlewirt» e «Sonne» – fino al rinomato hotel-ristorante Engel

e all'hotel Talmühle. Tre di questi sono vicini, mentre per raggiungere gli altri ristoranti occorrono al massimo 15 minuti a piedi.

Menu a sorpresa

Gli ospiti possono decidere l'ordine dei ristoranti in cui gustare il menu a sorpresa. Nella prima tappa li aspetta un aperitivo con spumante e antipasto, nella successiva una pietanza intermedia.

Dopo una passeggiata distensiva, gli ospiti sono pronti per la terza tappa, dove li aspetta la pietanza principale. Il Dinner-Jumping finisce con la quarta tappa, dove viene servito il dessert.

Il prezzo equivale a circa 80 franchi incluse le bevande principali. Il Dinner-Jumping si può prenotare nei ristoranti aderenti o all'ufficio turistico di Sasbachwalden.

→ www.sasbachwalden.de

La pensione Holzwurm partecipa al Dinner-Jumping.



Musica a scelta allo «Schluggstube» di Basilea**Con un'applicazione per cellulare, ognuno può richiedere il proprio pezzo preferito**

Lo «Schluggstube» è un bar-antiquario speciale e leggendario, con un arredamento fuori dai ranghi. La scelta musicale è anch'essa speciale. Il gestore Lukas Intlekofer ha fatto sviluppare un'applicazione grazie alla quale gli ospiti possono richiedere delle canzoni.

➔ Lo strano ambiente del locale è composto da pezzi di antiquariato, vecchi lampadari, specchi, ghirlande e altri ninfoli. Nello «Schluggstube» si incontrano persone di ogni sorta: «Persone normali ed eccentriche, tutte si divertono da noi», sottolinea Lukas Intlekofer, anche se la clientela non è giovanissima.

Musica tramite il cellulare

Un tale mix di clientela richiede una particolare attenzione. Difatti, sono proprio i clienti a definire la musica di sottofondo del bar. Tramite un'applicazione

Lo «Schluggstube» di Basilea, un bar con una musica a scelta.

sviluppata da Lukas Intlekofer, eccentrici e non possono scegliere i loro pezzi musicali preferiti cliccando sulla vasta gamma di proposte. Un servizio musicale che piace molto ai clienti e che viene usato regolarmente. Anche i vari ninfoli

piacciono: spesso un cliente mostra interesse per l'uno o l'altro degli oggetti esposti. Se l'oggetto in questione non è preziosissimo sentimentalmente, Lukas Intlekofer propone un prezzo e lo vende.»

➔ www.schluggstube.ch

**Ristorante La Gérine di Marly****Volume d'affari in aumento grazie ai cenoni di Natale**

Il gestore Conrad Risse ha un grande successo nel periodo dell'Avvento e ci spiega come si possano aumentare gli introiti con i cenoni di Natale.



Cenone di Natale a «La Gérine» con clienti soddisfatti. Conrad Risse spilla birra dietro al banco.

➔ Ogni anno, il volume d'affari di Conrad Risse e del suo «La Gérine» spicca un bel balzo verso l'alto in dicembre, durante il periodo natalizio, ma anche in gennaio, dato che organizza una quindicina di cenoni natalizi anche dopo Natale, con una media da 60 a 70 clienti. Il ristoratore friborghese punta su un'organiz-

zazione perfetta di queste serate. E consiglia: «Parlate a lungo e in dettaglio del menu con il cliente e cercate di soddisfare anche le sue richieste particolari.» Normalmente, il programma è dettato dalle ditte stesse. Rimane però importante «predisporre una sala abbastanza ampia, decorarla con cura e, soprattutto,

prevedere abbastanza personale di servizio», dato che non vi è niente di più scoccante che dover aspettare le varie portate.

Per «La Gérine», lo stremante Avvento natalizio culmina con una grande festa con i clienti, organizzata sempre l'ultimo sabato prima di Natale: Conrad Risse ringrazia così le centinaia di clienti abituali per la loro fedeltà durante l'anno.

➔ www.lagerine.ch

Anniversario per Thomas Domenig

L'architetto di Coira conta su Feldschlösschen da 20 anni

Thomas Domenig senior è un fedele cliente di Feldschlösschen. Da 20 anni il noto imprenditore di Coira apprezza questa collaborazione fondata sulla fiducia reciproca.

→ Nessuno come lui ha lasciato tracce tanto chiare a Coira: con i suoi edifici – tra tutti il City West con le sue «torri gemelle» – Thomas Domenig senior ha plasmato la capitale grigionese.

Una relazione semplice

Il cliente Feldschlösschen vanta dodici locali – tra cui il noto «Giger Bar». Nel «Lacuna» di Coira, il suo primo ristorante, dalle spine scorre da 20 anni la birra di Feldschlösschen. «La collabora-

zione procede da 20 anni su basi eque e con delle prestazioni di servizio impeccabili», spiega l'ottantenne.

Una birra con i rinoceronti

Köbi Gross, direttore della Domenig Immobilien, aggiunge: «Con il Sales Manager Jürg Felix possiamo contare su una collaborazione al top.» Anche Felix è entusiasta del cliente: «La collaborazione è semplice e fondata sulla fiducia reciproca.» Domenig ha ceduto da alcuni



Thomas Domenig senior (dx) con Köbi Gross, direttore della Domenig Immobilien.

anni ai propri figli la gestione attiva. Ora passa sei mesi all'anno nel suo «Omaruru Game Lodge» in Namibia – faccia a faccia con rinoceronti, elefanti

e giraffe, concedendosi una birra lager Windhoek. In Svizzera la scelta è chiara: «Deve essere assolutamente una birra Feldschlösschen.» ●

Cinema 8, Schöftland

Un cinema al sapore di birra



Rolf Häfeli nel bar del suo «Cinema 8».

→ Il «Cinema 8» di Schöftland è conosciuto in tutto l'Altipiano svizzero e offre un cinema e uno spazioso bar nello stesso edificio. Rolf Häfeli ha concepito e fondato il «Cinema 8» 14 anni fa, e sia il suo brunch-cinema che il cinema all'aria aperta in estate sono molto amati dai clienti che si incontrano nel bar, prima e dopo le proiezioni.

E adesso il «Cinema 8» di Rolf Häfeli offre ancora di più: il complesso di Schöftland si allargherà con un hotel, nuove sale cinematografiche e varie piste da bowling. «Il nostro sarà

uno dei primi hotel in Europa in cui si potranno guardare i film comodamente seduti sul balcone della propria stanza», racconta Rolf Häfeli.

Passaggio a Feldschlösschen

Dato che la birra è fondamentale per il fatturato, Rolf Häfeli ha deciso di passare a Feldschlösschen. E servendo Cardinal Spéciale, Hoegaarden e Guinness ha fatto la scelta giusta. Inoltre è molto soddisfatto, perché «Feldschlösschen ci supporta meglio del nostro fornitore precedente». ●

→ www.cinema8.ch

Una freschezza intramontabile

DAL 1783

ORDINARE
ORA!
SU
myfeldschloessen.ch



UNEXPECTED SINCE 1783

www.schweppes.ch

Un design moderno per la nota acqua minerale

La nuova veste di Arkina attira gli sguardi dei clienti

L'abito fa il monaco. E l'acqua minerale. Arkina si presenta in una nuova veste, che piacerà di certo ai vostri clienti. Già da ora in bottiglia PET e, dal primo trimestre del 2014, anche in bottiglia di vetro: il nuovo design attira gli sguardi.

→ Con o senza anidride carbonica: la nota qualità di Arkina, leggermente minerale, è invariata dal 1922. Pertanto, nulla cambia in fatto di sapore neutro e di provenienza dell'acqua minerale. Arkina è la compagna ideale al ristorante ed è ottima anche per dissetare in viaggio ed al lavoro.

Design moderno e fresco

A cambiare è l'aspetto del marchio: Arkina si presenta con un design fresco e moderno – già da ora in bottiglia PET e, dal primo trimestre del 2014, anche in bottiglia di vetro. La nuova veste piacerà di certo anche ai vostri clienti.



La nuova veste di Arkina verde (con anidride carbonica) ed Arkina blu (senza anidride carbonica).

L'elettrizzante storia dell'acqua minerale

Arkina nacque in Svizzera ad opera di un armeno



Il nome Arkina ha origini armene: il fiume Arghina si trova nella Turchia orientale.

→ Negli anni '20 l'industriale del tabacco armeno Puzant Masraff si recava spesso in Svizzera per riposare; il 4 luglio 1921 fondò la Arkina SA, attiva nella ristorazione, che nel 1922 iniziò a vendere acqua minerale, una novità a quel tempo. «Il nome Arkina deriva dal villaggio di Arghina, sul fiume Arghina, nella Turchia orientale», racconta Monique Bondolfi-Masraff. La nipote di Puzant Masraff vive nella Svizzera romanda. Dal 2008 Arkina viene imbottigliata presso la sede Feldschlösschen di Rhâzüns.



Ecco come si presentavano in origine le bottiglie di Arkina.

La Franziskaner Naturtrüb è perfetta con le uova

Omelette al bacon con finferli e panna acida alle erbe aromatiche

Ricetta per 4 persone

Ingredienti

8	uova
100 ml	di panna
8 fette	di bacon
400 g	di finferli freschi
un poco	di birra torbida Franziskaner Naturtrüb
200 g	di panna acida
1 mazzo	di erba cipollina
1 rametto	di prezzemolo liscio
	Cerfoglio
	Dragoncello
	Sale
	Pepe
	Noce moscata macinata
	Olio vegetale per frittura

Preparazione

Omelette

Sbattere con attenzione le uova con la panna e la birra di frumento, quindi aggiustare con sale, pepe e un po' di noce moscata macinata. Scaldare l'olio in una piccola padella, aggiungere 1/4 del composto formato dalle uova e fare solidificare. Quando la parte inferiore diventa solida e dorata, ripiegare l'omelette (ancora morbida al centro) e sollevarla dalla padella. Seguendo lo stesso procedimento, preparare quattro omelette con il composto rimasto.

Bacon e finferli

Stendere il bacon su una piastra da forno e fare cuocere in un forno ventilato a 180 °C finché non diventa croccante. Scaldare un po' d'olio in una padella, rosolarvi i finferli già puliti e aggiustare con sale e pepe. Tagliare l'erba cipollina in rotolini sottili e aggiungerla ai funghi.

Panna acida alle erbe aromatiche

Lavare prezzemolo, cerfoglio e dragoncello e asciugarli agitandoli. Staccare le foglie e tritarle finemente. Mescolare la panna acida con le erbe e aggiustare con sale e pepe.

Una sostanziosa omelette con una weizen fruttata

Un poco di birra di frumento Franziskaner Naturtrüb conferisce alla golosa omelette al bacon un sapore inconfondibile. Ideale per colazione o in altri momenti della giornata: con questa creazione potrete sbalordire i vostri clienti in queste giornate autunnali.

➔ È al 1363 che vengono fatte risalire le radici del birrificio Spaten-Franziskaner, che allora veniva chiamato per la prima volta in Baviera il «birrifico dei francescani». Questo nome è riconducibile al convento francescano che si trovava proprio di fronte e con il quale il birrifico aveva scambi commerciali.

Appetito e sete

Anche nella Germania meridionale la birra vanta una lunga tradizione come accompagnamento di pietanze raffinate e come ingrediente di varie ricette. Il birrifico Spaten-Franziskaner mantiene viva questa tradizione. Nella sua rivista culinaria «Der Franz» presenta una serie di ricette in



Omelette al bacon con finferli e panna acida alle erbe.

cui la birra gioca un ruolo importante, a volte collaterale, a volte principale. Quest'autunno provate questa sostanziosa omelette al bacon con finferli e panna acida

alle erbe aromatiche. Con questo piatto potrete risvegliare non solo l'appetito dei vostri clienti, ma anche la loro sete.

➔ www.franziskaner-weissbier.de

Con questa omelette è ideale una Franziskaner Naturtrüb

I sommelier del birrifico Spaten-Franziskaner in Baviera e quelli di Feldschlösschen sono d'accordo nel dichiarare che con la omelette al bacon con finferli e panna acida alle erbe aromatiche si abbina perfettamente la birra di frumento Franziskaner Naturtrüb. Il suo profumo fruttato viene accentuato dal sapore raffinato. Il suo aroma unico e il gusto pieno dell'omelette sono un'accoppiata vincente che fa venire l'acquolina in bocca. Sulla piattaforma myfeldschloesschen.ch, voi ristoratori potrete ordinare la Franziskaner Naturtrüb.

➔

MyFELDSCHLOESSCHEN.ch



Qual è la vostra ricetta preferita?

Inviateci le vostre ricette a base di birra!

Speditela con una foto a durst@fgg.ch o a Feldschlösschen Bibite SA, Redaktion DURST, Theophil-Roniger-Strasse, 4310 Rheinfelden. Le ricette più originali verranno pubblicate nel prossimo numero di SETE.

L'agenda di myfeldschloesschen.ch

Fiere, cipolle e cavalli

■ **Igeho a Basilea:** il Salone internazionale per il settore alberghiero, gastronomico e del consumo fuori casa si terrà a Basilea da 23 al 27 novembre. La regione ospite è l'Appenzello. In concomitanza con Igeho hanno luogo il Mefa (salone professionale per l'industria della carne) e il Mefatec (Salone professionale per la produzione alimentare).

→ www.igeho.ch

■ **Mercato delle cipolle di Berna:** questo mercato si tiene ogni anno il quarto lunedì di novembre. Curiosi di ogni età convoglieranno il 25 novembre a questo mercato tradizionale nel centro storico di Berna.

■ **Luci di Natale a Rheinfelden:** la festa delle luci di Natale dà il via alla stagione natalizia di Rheinfelden. Quest'anno la festa tradizionale nel centro storico avrà luogo il 29 novembre. Non perdetevi la carrozza a sei cavalli di Feldschlösschen con gli addobbi natalizi.



Eventi per tutti i gusti all'Igeho



Il tiro a sei cavalli con le luci di Natale.

MyFELDSCHLOESSCHEN.ch
Sete incolmabile

COLOFONE

SETE

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

Pubblicato 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

durst@fgg.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

Settimo 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

Freshfocus, Textension

Anche passionatamente un'ottima scelta.



I NUOVI FORD **TRANSIT**



Go Further

JÄGER TONIC



Schweppes®



www.diwisa.ch
www.schweppes.ch

Desidero approfittare di questa offerta (v. hit flash) e ordino:
2 casse di Schweppes Tonic e 5 bottiglie di Jägermeister e ricevo
gratis 1 cassa di Schweppes Tonic e 1 bottiglia di Jägermeister

N. cliente:

Nome cliente:

Indirizzo:

NPA/Località:

Telefono:

**PROMO-
ZIONE**

RICETTA JÄGER TONIC

4cl. di Jägermeister
2-3 cubetti di ghiaccio
Colmare con Schweppes Tonic
Fettina di lime

Inviare un fax al numero 0848 80 50 11

DIWISA
DISTILLERIE

DIWISA Distillerie Willisau SA
Menznauerstrasse 23 | CH-6130 Willisau
T +41 41 972 72 72 | F +41 41 972 73 73