



# SETE

La rivista sulla ristorazione di Feldschlösschen Bibite SA – [www.giornalesete.ch](http://www.giornalesete.ch)  
N.1 | Gennaio 2014

# 2014

## Le nove megatendenze globali

...e il loro significato per  
la ristorazione svizzera

Pagina 10

### Orangina

Il leggendario succo di  
frutta conquisterà i  
vostri clienti

Pagina 9

### Birra alla spina

Birra più fresca e mag-  
giori profitti con il nostro  
nuovo Draught Master

Pagina 29

**Affarone!**

Carlsberg

Prezzo netto **0.95**  
invece di 1.38  
24x25cl VP cassa

Prezzo netto **1.30**  
invece di 1.75  
24x33cl VP cassa

Prezzo netto **1.44**  
invece di 1.92  
4x6x50 cl lattina tray



**ORDINARE  
ORA!**

[myfeldschloessen.ch](http://myfeldschloessen.ch)




**ORA, CON  
IL 20% DI  
PRODOTTO  
IN PIÙ!**

**La Nuova  
Bottiglia  
33cl!**

Mit Verantwortung  
genossen.



  
**FELDSCHLÖSSCHEN**  
**PREMIUM**

 [facebook.com/fspremium](https://facebook.com/fspremium)

## Editoriale

## Uniti e vincenti anche in futuro



## Care lettrici, cari lettori

A partire dalla presente edizione, la nostra rivista per i clienti si presenta in una veste più fresca e moderna. Abbiamo rinnovato SETE perché sappiamo che è necessario riconoscere i segni del tempo, adeguarsi ai mutamenti sociali, mantenere ciò che vi è di buono e aprirsi al rinnovamento.

Il mondo non è mai cambiato tanto velocemente. Dato che vogliamo continuare a essere vincenti assieme a voi anche in futuro, nel nostro «circolo dei gastrosofi» ci siamo occupati a fondo delle nuove esigenze dei clienti. A partire da **pagina 10** scoprirete quali megatendenze globali ci attendano e quale sia il loro significato per la ristorazione svizzera.

Vi sono cose il cui valore è destinato a rimanere invariato nel tempo, come Orangina. Dal 1° gennaio 2014 Feldschlösschen rileverà la licenza per la Svizzera per questa esclusiva bevanda dalla bottiglia leggendaria e per la marca Dr Pepper. A **pagina 9** scoprirete quali siano i vantaggi di cui approfitterete voi ristoratori.

Il futuro è oggi! Vi auguro un 2014 ricco di successi.

Rolf Homberger  
Regional Sales Manager  
Ticino

## 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.feldschloessen.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 24000, 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, Fotolia



Megatendenze 10

A emissioni zero 19



L'AG della Hürliemann SA 17



Zwickelbier

## Una perla invernale dal Canton Vallese



La Zwickelbier del birrificio Valaisanne di Sion è una perla invernale. Conosciuta fin dall'antichità, la Zwickelbier viene chiamata anche «Bière de cave» ed è torbida e non filtrata. Questa birra viene imbottigliata subito dopo il processo di fermentazione secondaria e anche oggi riscuote molto successo. È più aromatica della birra filtrata e presenta note di lievito leggermente fruttate e bilanciate, mentre il luppolo aromatico coltivato a Žatec apporta un eccellente bouquet. Anche l'acqua della fonte «La fille» contribuisce a rendere inconfondibile la Zwickelbier del Canton Vallese. Disponibile per la ristorazione alla spina in container da 20 litri.

Ordinatela subito!

**3.37 CHF**

al litro

Zwickelbier  
Art. 10329  
Container da 20 litri

[www.myfeldschloesschen.ch](http://www.myfeldschloesschen.ch)



## PRODUZIONE BIRRAIA

La domanda del mese:

**Come si chiamano le due specialità birraie della marca Feldschlösschen offerte in fusto tutto l'anno?**

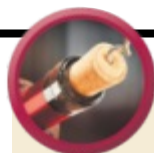
Informatevi su [myfeldschloesschen.ch](http://myfeldschloesschen.ch). Lì scoprirete tutto ciò che c'è da sapere sulle diverse birre alla spina. I vostri clienti vi ringrazieranno.



FELDSCHLÖSSCHEN  
**ACADEMY**

**Sapevate che un cliente, di norma, ordina semplicemente «una birra piccola»?**

Le ricerche di mercato dimostrano che, oggi, i clienti richiedono sempre più spesso una varietà di prodotti e amano provare le novità. Con una competenza adeguata potete soddisfare miratamente le esigenze dei clienti e raccomandare delle birre speciali e delle specialità più costose!



## IL VINO DEL MESE

### Primitivo di Manduria

Il rosso rubino del **Primitivo di Manduria** convince per il suo sontuoso bouquet, che ricorda le ciliegie e le prugne mature. Alla consistenza vellutata delle uve del Primitivo si deve la gradevole e amabile sensazione finale.

#### Abbinamento perfetto

Il Primitivo di Manduria è ottimo con la cucina mediterranea, soprattutto con pizza e pasta, e si accompagna perfettamente alle grigliate e alle carni rosse.

«The Bottle» - Food & Wine: [www.bottle.ch](http://www.bottle.ch)



Ordinatelo subito!

**12.90 CHF**

la bottiglia

Primitivo di Manduria  
Art.11834  
6x75cl VP cartone

[www.myfeldschloesschen.ch](http://www.myfeldschloesschen.ch)

### Birra forte

## Birra e: crocchette di purè di patate

Vi è avanzato del purè di patate? Ecco una ricetta veloce per riutilizzarlo preparando deliziosi stuzzichini, perfetti per risvegliare la voglia di birra.



### Crocchette di patate al formaggio

**INGREDIENTI PER 4 PERSONE:** 1 presa di pepe di Cayenna, 1 uovo, 50g. di formaggio Gruyère o Emmental grattugiato, 2 cucchiai di parmigiano grattugiato, 1/3 di bicchiere di fiocchi d'avena, 150g. di farina, 1 cucchiaio di latte, 100g. di purè di patate crude, 1/4 di cucchiaino di senape in polvere.

**PREPARAZIONE:** preriscaldare il forno a 210 °C. Setacciare la farina in una ciotola e aggiungere il purè, il parmigiano, il latte, l'uovo, la senape in polvere e il pepe di Cayenna mescolando bene. Formare delle palline con un cucchiaio. Mescolare i fiocchi d'avena con il formaggio e passarvi le palline, quindi schiacciarle formando delle crocchette di circa 5 cm di diametro. Disporre le crocchette sulla teglia e cuocere per 10 minuti. Prima di servire farle raffreddare sulla griglia.

Ricetta messa a disposizione dal portale gourmet GuteKueche.ch.

Ordinare ora

# Drink per carnevale e après-ski

Durante il carnevale e, naturalmente, tra una chiacchiera e l'altra negli après-ski, si beve molto: ordinate subito da Feldschlösschen i drink tanto amati dai vostri clienti, generando così vendite supplementari.

Jägermeister, Kleiner Feigling, Bündner Rötheli e tanti altri prodotti vi aspettano dal 13 gennaio (fino ad esaurimento scorte). Per maggiori dettagli consultate l'HITFlash allegato.



### Jägermeister

Art. n. 10583, 2cl, bottiglia vetro a perdere 35% vol., 1.29 CHF a unità



### Bündner Rötheli

Art. n. 11484, 3cl, cartone a perdere 19,5% vol., 1.34 CHF a unità



### Kleiner Feigling

Art. n. 11485, 2cl, cartone a perdere 20% vol., 1.15 CHF a unità



### Trojka Erdbeer-Cream

Art. n. 11486, 3cl, cartone a perdere 17% vol., 1.29 CHF a unità



### Berentzen Saurer Apfel

Art. n. 11487, 2cl, cartone a perdere 16% vol., 1.10 CHF a unità



### B 52

Art. n. 11957, 3cl, cartone a perdere 17% vol., 1.29 CHF a unità

[myfeldschloesschen.ch](http://myfeldschloesschen.ch)

## Aumentare il fatturato in un clic

Per aumentare il fatturato, visitate l'area «Affari migliori» di [myfeldschloesschen.ch](http://myfeldschloesschen.ch). Tra queste rubriche troverete delle preziose informazioni.

- **Assortimento:** con una specialità birraia potrete guadagnare fino al 50% in più con ogni bicchiere. Potete rivedere l'assortimento molto semplicemente su [myfeldschloesschen.ch](http://myfeldschloesschen.ch).
- **Materiale pubblicitario:** siamo al vostro fianco con numerosi materiali pubblicitari. Sulla nostra piattaforma troverete anche poster, espositori da tavolo, tessere-birra e carte della birra individualizzabili.
- **Promozioni:** informatevi circa le promozioni speciali

che vi offriamo durante i grandi eventi sportivi o per promuovere una marca.

- **Statistiche:** panoramica completa di assortimento e ordinazioni. I diagrammi a colonne vi offrono una perfetta visione d'insieme.

• **Affari:** qui troverete gli affari più redditizi per il vostro esercizio.

• **HITFlash:** sulla piattaforma troverete anche gli HITFlash con le loro offerte speciali.

[MyFELDSCHLOESSCHEN.ch](http://myfeldschloesschen.ch)

The screenshot shows the website's navigation menu with options like 'E-Shop', 'Services', 'Training', 'Migliori economie', 'Eventi calendar', and 'Sostegno'. The main content area is titled 'Migliori economie' and features a large promotional banner with a question mark and text: 'Sapevate che con una giusta strategia di comunicazione del vostro assortimento di bevande potete aumentare il fatturato del 10-20%?'. Below this are several smaller cards: 'OTTIMIZZATE ASSORTIMENTO' with an image of beer bottles, 'LOCAL' with a large percentage sign, 'STATISTICA' with a bar chart, 'PROMOZIONE', 'MEZZO PUBBLICITARIO', and 'HITFLASH'.

La chiarezza dell'area «Affari migliori» di [myfeldschloesschen.ch](http://myfeldschloesschen.ch).

**Michel**<sup>®</sup>  
Schorle



Il rinfrescante naturale.

**Ordinate adesso  
da Feldschlösschen!**



IL DRINK DEL MESE

# Gusto agrodolce con il Tonic Sunrise

Il Tonic Sunrise, long drink agrodolce il cui colore ricorda l'alba, mescola sapientemente il carattere unico dell'acqua tonica e l'aroma di agave della tequila.

**Ottimo per gli après-ski**

Con il Tonic Sunrise farete felici molti clienti. Questo long drink, erede della leggendaria Tequila Sunrise, vanta grandi potenzialità di vendita soprattutto nei locali per l'après-ski.

**Ingredienti**

- 20 cl di acqua tonica Schweppes
- 5 cl di Tequila
- 6 cl di succo d'arancia
- 1 spruzzata di sciroppo di melagrana Teisseire
- Cubetti di ghiaccio

**Preparazione**

Versare in un bicchiere da long drink i cubetti di ghiaccio, la tequila e il succo d'arancia. Aggiungere l'acqua tonica Schweppes e mescolare bene. Infine, ingentilirlo con una spruzzata di sciroppo di melagrana Teisseire.



## Ora il Queen's Ice Tea è disponibile anche in PET

Il marchio «Queen's Ice Tea» è sinonimo di tè freddo di qualità, e ciò viene confermato da molti rivenditori che lo utilizzano alla spina e che non vorrebbero più doverne fare a meno. Ora, il **Queen's Ice Tea** è disponibile anche in bottiglie PET di 1,5 litri e molto pratiche. La consegna si fa o in **casse da sei** o **FOP**. Proprio ideale per il commercio in negozietti come anche per feste o per la consegna a domicilio.



Ordinatelo subito!

**1.74 CHF**

la bottiglia

Que IceT Lemon  
Art. 11699  
PET cassa 6x150cl

www.myfeldschloesschen.ch

Ordinatelo subito!

**1.74 CHF**

la bottiglia

Que IceT Lemon  
Art. 11702  
PET Fop 6x150cl

www.myfeldschloesschen.ch

## mandelgenuss ag

# Le mandorle sono perfette per un aperitivo a base di birra

**Le mandorle sono un alimento sano che trova applicazioni interessanti nella ristorazione, sia come stuzzichino, sia come ingrediente.**

Quale stuzzichino, quale tocco di classe per cibi dolci e piccanti e, ovviamente, quale accompagnamento di una birra appena spillata o di un'altra bevanda fredda: le mandorle sono molto usate nella ristorazione.

La mandelgenuss ag di Zurigo acquista le proprie mandorle da alcune aziende familiari in California e le distribuisce in Svizzera. Con oltre 20 anni d'esperienza alle spalle offre

a voi gastronomi l'assortimento di mandorle seguente:

- Mandorle al naturale
- Mandorle tostate
- Mandorle aromatizzate
- Mandorle sgusciate e macinate
- Biscotti alle mandorle

**Una birra tira l'altra**

Grazie a preziosi minerali, oligoelementi e vitamine, le mandorle non sono solo buone, ma anche sane. E anche molto interessanti per voi ristoratori: quale stuzzichino risvegliano infatti nei vostri clienti la voglia di bere un'altra birra.

[www.mandelgenuss.ch](http://www.mandelgenuss.ch)



mandelgenuss ag

Ein Genuss mit Tradition.

**50 Jahre**  
Appenzeller Bärli-Biber  
Der ideale Begleiter für nah und fern.  
Gewinne 50 attraktive Preise!

STOCKLI  
edelveiss

bischofberger

**1664** BLANC

LE GOÛT À LA FRANÇAISE

Ordinare adesso su [myfeldschloessen.ch](http://myfeldschloessen.ch)



## Orangina

# La leggendaria bottiglia e la polpa di frutta danno vigore al locale

Nel 2014 Feldschlösschen promuoverà fortemente Orangina nella ristorazione. In questo modo anche i vostri clienti conosceranno e consumeranno maggiormente questa marca.

All'inizio del 2014 Feldschlösschen assumerà la responsabilità completa per Orangina in Svizzera. Questo andrà anche a van-

taggio di voi ristoratori, dato che sono previste diverse misure per fare sì che la bibita nazionale francese conquisti maggiori quote di mercato e venga consumata di più nel vostro locale.

### Leggermente frizzante

Dal 1936 Orangina porta con sé il sapore del Mediterraneo. Orangina è leggermente e naturalmente frizzante. Il contenuto di frutta del 12% e la vera polpa di frutta rendono inconfondibile il sapore di questa bibita stuzzicante e rinfrescante. La miscela di diversi agrumi -



Leggendaria anche nella pubblicità: Orangina.



tra cui limoni, mandarini e pompelmi - dona a Orangina un carattere unico. Orangina non contiene coloranti aggiunti ed è una bevanda premium, il cui valore si riflette anche sul vostro locale.

### Anche in bottiglia PET

Orangina è disponibile anche nella bottiglia PET da 33 cl, altrettanto panciuta. Questa è perfetta per il consumo in viaggio e, quindi, per tutti gli esercizi «mordi e fuggi» e al dettaglio, quali le piscine e i ristoranti turistici.

<p>Ordinatela subito!</p> <p><b>1.10 CHF</b></p> <p>la bottiglia</p> <p>Orangina Art. 11899 25 cl VR vetro</p> <p><a href="http://www.myfeldschloesschen.ch">www.myfeldschloesschen.ch</a></p>	<p>Ordinatela subito!</p> <p><b>1.94 CHF</b></p> <p>la bottiglia</p> <p>Orangina Art. 11901 100 cl VR vetro</p> <p><a href="http://www.myfeldschloesschen.ch">www.myfeldschloesschen.ch</a></p>	<p>Ordinatela subito!</p> <p><b>1.19 CHF</b></p> <p>la bottiglia</p> <p>Orangina Art. 11955 33 cl PET</p> <p><a href="http://www.myfeldschloesschen.ch">www.myfeldschloesschen.ch</a></p>
--	---	---

## Ora Feldschlösschen propone anche Dr Pepper

Feldschlösschen ha avviato una collaborazione vincente con «Orangina Schweppes International». Come per Orangina, dal 1° gennaio 2014 rileveremo anche la responsabilità della marca Dr Pepper in Svizzera. Dr Pepper con-

tiene caffeina ed è ritenuta «la bibita più originale di tutti i tempi».

### Vivere all'americana

Questa bibita non deve mancare nei locali che propongono specialità e stili di vita americani.

Dr Pepper è disponibile nella bottiglia PET da 50 cl e nella lattina da 33 cl. Quali ristoratori potete acquistare Orangina e Dr Pepper da Feldschlösschen a condizioni eque.

[myfeldschloesschen.ch](http://myfeldschloesschen.ch)

Vivere all'americana: Dr Pepper.



Le megatendenze globali e la ristorazione svizzera

# I clienti amano le tavolate e i negozietti

Il mondo digitalizzato e globalizzato cambia sempre più velocemente e influenza i vari ambiti della nostra vita. Non ultima la ristorazione. In occasione del circolo gastronomo, i clienti Feldschlösschen hanno dato un'occhiata al futuro. Katharina Kiéck

dell'agenzia «Sturm und Drang» – una boutique di ricerca per le innovazioni strategiche che si occupa in particolare degli effetti che hanno le megatendenze globali e delle modifiche sociali sulla ristorazione – ha presentato loro le nove megatendenze.

## 1) DIGITALIZZAZIONE

**La megatendenza:** La digitalizzazione permea ogni ambito della nostra vita e modifica profondamente il nostro comportamento. I social media hanno rivoluzionato il concetto di comunicazione, sui cloud sono disponibili tutti i nostri dati e le macchine comunicano fra loro.

**Cosa significa per la ristorazione:** Il locale apre le porte al digitale espandendo così i suoi confini, le possibilità di applicazione sono infinite e in costante evoluzione parallelamente al progresso tecnologico. Alcuni esempi: durante un brindisi un chip nella bottiglia di birra può collegare i clienti in automatico a un social network. Con un «Mi piace» sulla pagina Facebook del locale, si riceve uno sconto per una bevanda. Più birra si beve, più lungo sarà l'happy hour.

## 2) CAMBIO DI GENERE

**La megatendenza:** Nella vita privata e lavorativa, le tradizionali distinzioni di genere non sono più così nette. Mentre le donne mirano a posizioni dirigenziali, gli uomini desiderano maggiore tempo da trascorrere con la famiglia. Nel complesso il mondo si sta tingendo sempre più di rosa: intuizioni, emozioni ed empatia hanno una rilevanza maggiore.

**Cosa significa per la ristorazione:** Gustarsi un Prosecco o una Eve con un'amica durante una manicure: migliorano i servizi dedicati alle donne e il ristorante diventa una meta di lusso ambita. Vista la predominanza del lato femminile, lo stesso vale anche per l'uomo moderno: mentre i bambini sono a scuola, si dà appuntamento dal barbiere con alcuni colleghi per tagliarsi i capelli e gustare un caffè.

## 3) GLOBALIZZAZIONE

**La megatendenza:** Le economie affermate sono sotto pressione e i paesi emergenti diventano delle potenze economiche. Con la globalizzazione non si parla più di nazionalità, ma si ragiona in termini di regioni, continenti e spazio economico. Cambia così la definizione di appartenenza e, contemporaneamente, occorre differenziarsi a livello culturale e regionale.

**Cosa significa per la ristorazione:** Nei locali vengono molto apprezzati i prodotti regionali e gli spazi dedicati all'artigianato. La produzione si fonde con il consumo in veri concetti gastronomici e il locale vanta anche un negozietto o una pasticceria. La ristorazione diventa un viaggio gastronomico alla ricerca del gusto.

## Il circolo gastronomo di Feldschlösschen

Nel circolo gastronomo si incontrano regolarmente clienti Feldschlösschen scelti per meditare con un certo distacco sulla quotidianità nel campo della ristorazione. Quest'anno Ivo Frei, Group

Channel Activation Manager, ha invitato il circolo a Zurigo, nel Ristorante Adlisberg del gastronomo Markus Segmüller, dove Katharina Kiéck dell'agenzia «Sturm und Drang» ha tenuto una

relazione in una sala che prima era una stalla. Ben presto è stato chiaro che Markus Segmüller ha già applicato ai suoi concetti per la ristorazione molte nozioni sui mutamenti in essere nella società.

L'esposizione della relatrice è stata seguita da un workshop durante il quale sono state ideate alcune proposte originali.

[www.adlisberg.ch](http://www.adlisberg.ch)



Katharina Kiéck (SX) e i gastronomi durante un workshop.



Ivo Frei, il padrone di casa, prepara i gastronomi sulle megatendenze.



#### 4) NUOVA ECOLOGIA

**La megatendenza:** Ecologia e sostenibilità sono sempre più importanti. Questa nuova consapevolezza non ha però nulla a che vedere con l'immagine dell'ecologista all'antica: l'uomo moderno vuole anche divertirsi e si affida così alle nuove tecnologie.

**Cosa significa per la ristorazione:** I beni smaltiti diventano oggetti da collezionare o da scambiarsi, mentre le confezioni sostenibili vengono riciclate in graziosi gadget. Sarà forse possibile che il cliente un domani porti i propri rifiuti organici al ristorante, il quale in cambio gli offrirà degli sconti. Si presta sempre maggiore attenzione alla salute in materia di cibi e bevande.

#### 5) QUARTA ETÀ

**La megatendenza:** Viviamo tutti più a lungo. Gli anziani non sono più un gruppo ai margini della società da commiserare, ma sono arzilli, alla moda, istruiti e benestanti.

**Cosa significa per la ristorazione:** I pensionati in gamba sono i clienti più importanti anche per quanto riguarda il settore delle feste e della cultura hipster. Tornano in auge tendenze retrò, e le feste delle nonne diventano un modello anche per i giovani.



Pasticceria e un grande tavolo nel «Loft Five» di Zurigo

Nel suo nuovo locale, il «Loft Five», il ristoratore zurighese Markus Segmüller ha già messo in pratica molte nozioni sulle megatendenze globali. **Pagina 15**

Vedi alla prossima pagina

# Accesso gratuito ad Internet per i vostri clienti



Vi regaliamo il  
materiale informatico  
del valore di 199 CHF

**Grazie alla società Monsoon 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](http://MyFELDSCHLOESSCHEN.ch) alla rubrica «Migliori economie / Deals».





*I gastronomi seguono la presentazione delle megatendenze.*

## 6) URBANIZZAZIONE

**La megatendenza:** Nell'era delle metropoli, dove più di un quarto della popolazione mondiale abita in città, cambia la struttura sociale e si creano nuove comunità. I servizi di sharing sostituiscono la proprietà. La società è più anonima e, al contempo, si cerca un senso di appartenenza e comunità.

**Cosa significa per la ristorazione:** Per i pasti, si preferisce la tavolata comune al tavolino a due. I nuovi concetti gastronomici danno un senso di calore e appartenenza e riportano la natura in città.

## 7) SOCIETÀ DEL VISSUTO

**La megatendenza:** L'uomo oggi giorno si definisce tramite le proprie esperienze, il proprio vissuto – e non più tramite oggetti di lusso o posizioni. Il consumo fine a se stesso perde progressivamente di importanza.

**Cosa significa per la ristorazione:** I nuovi stati di aggregazione modificheranno il consumo dei generi voluttuari e prodotti come il whisky gassoso andranno per la maggiore. Dei sensori nascosti nei cibi stimoleranno corpo e mente. Ad esempio, i clienti potranno bere uno shot direttamente da un cubetto di ghiaccio o usarlo, nel-

la versione aromatizzata, per modificare una bevanda. Anche gli effetti scenici e l'uso del fuoco giocano un ruolo importante.

## 8) NUOVO BENESSERE

**La megatendenza:** Il benessere e la salute diventano uno stile di vita. Le app tengono sotto controllo la salute e l'equilibrio vita-lavoro. La ricerca di energia (vitale) è la base per il successo.

**Cosa significa per la ristorazione:** Occuparsi del cliente a tutto tondo. Il gusto e la salute si tengono per mano. L'happy hour va di pari passo con lo sport e in Giappone ci sono già sakè di bellezza. Dopo la terza birra, i ristoratori offrono ai clienti un biglietto dell'autobus per tornare a casa.

## 9) NUOVO MONDO DEL LAVORO

**La megatendenza:** I dati diventano la valuta con cui lavora la nuova elite. Nascono società di networking e la creatività è sempre più fondamentale. Le gerarchie si modificano e perdono di importanza.

**Cosa significa per la ristorazione:** I caffè diventano dei posti di lavoro, e gli uffici spazi in cui accogliere i clienti. I nomadi del terzo millennio cercano soprattutto accoglienza. Devono poter essere sempre on-line ma anche disconnettersi. In futuro forse ci saranno bottiglie di birra speciali che potranno ricevere il Wi-Fi entro un certo raggio di distanza. Il locale diventa uno spazio della creatività plasmato anche dai clienti.

I ristoratori dovrebbero chiedersi:

# «Cosa cambierà nella vita dei miei clienti?»

Secondo Katharina Kiéck dell'Agenzia «Sturm und Drang», intervistata da SETE, «le esigenze della ristorazione cambiano».

**In generale, cosa può imparare un ristoratore svizzero dalle megatendenze?**

Dovrebbe chiedersi in che modo le tendenze mondiali cambiano le esigenze dei suoi clienti e cosa cambierà nelle loro vite. Gli stili di vita sono sempre più dinamici. Oggi non si vive più per 70 anni nello stesso paese e non si resta più nella stessa azienda per 40 anni. Analogamente, cambiano le

esigenze nei confronti della ristorazione. E dato che i cicli tecnologici si accorciano, i cambiamenti si verificano in maniera sempre più repentina.

**Quale delle nove megatendenze è la più importante?**

Le megatendenze interagiscono fra loro, ma ciò che più le accomuna, quello che ha ripercussioni su tutte le altre, è la digitalizzazione.

**Le persone cercano la rete ma anche possibilità di staccare. Le varie tendenze non presentano anche controtendenze?**

Certo, ci sono controtendenze nell'ambito delle megatendenze. Nei ristoranti, ad esempio, i clienti desiderano, da un lato, il Wi-Fi e, dall'altro, stare in santa pace.



*Katharina Kiéck di «Sturm und Drang».*

*Per feste frizzanti  
Naturalmente con Eve*



*Ordinare ora!*



*It's a Lady Thing.*

«Loft Five» a Zurigo

# Un'idea moderna per la ristorazione



Il ristoratore Markus Segmüller.

**Markus Segmüller, cliente Feldschlösschen, ha aperto il «Loft Five» nel cuore del nuovo quartiere di tendenza di Zurigo, accanto alla stazione ferroviaria. Il locale tiene conto delle esigenze dei clienti della ristorazione.**

La zurighese Europaallee è il posto più trendy di tutta la Svizzera. Nel «Loft Five» l'uomo moderno può staccare la spina e trovare un enorme tavolo in legno, la natura, accessori accoglienti e raffinati e una pasticceria che offre prodotti genuini. Grazie alle sue conoscenze delle megatendenze globali, Markus Segmüller riesce così a soddisfare il recente bisogno di calore e appartenenza.



Design dal gusto retrò e tanto legno: l'arredamento casalingo nel locale di tendenza «Loft Five», accanto alla pasticceria.



La pasticceria del «Loft Five» apre la mattina presto.



Il grande tavolo in legno.



Sentirsi a casa.



Amore per i dettagli.



Rosmarino nel cuore della città.

Serata VIP a Lucerna

# Una serata al Grand Hotel National per brità e gastronomi della Svizzera centrale

Quando le giornate si accorciano, VIP e gastronomi della Svizzera centrale si ritrovano al «Martini-Höck» di Lucerna. Quest'anno la serata nel lussuoso Grand Hotel National è stata animata da discussioni interessanti.

Il ciclista Martin Elmiger e molti politici locali erano tra gli ospiti d'onore dell'evento ma, naturalmente, tra i circa 300 invitati c'erano anche molti clienti Feldschlösschen del settore gastronomico. Il Martini-Höck è diventato uno degli eventi VIP più amati della Svizzera centrale e, durante la serata, gli ospiti hanno assaggiato l'ampia selezione di birre offerte discutendo un po' di tutto e di cucina svizzera.



Markus Wicki (Hirschen, Oberkirch) con Simone e Walter Dätwyler (Insider).



Erich e Silvia Thoma (BSV Stans).



Anche l'imponente tiro a quattro partecipa al Martini-Höck.



Olivier Portmann (kukui) e Thomas Amstutz, (CEO Feldschlösschen).



Philippe Hausheer (Park Hotel Weggis) e Robi Weinhold (Arte Bar Weggis).



Thomas Amstutz, CEO Feldschlösschen, intr...



Arrivata sul tiro a quattro e appena spillata: la birra per il Martini-Höck.



Margrith e Richard Engel (Weissen Kreuz, Abtwil) con Urs Löpfe e Dominique Bréchôt (Sales Manager Feldschlösschen).



Il ciclista Martin Elmiger co...



r cele-  
e



attiene gli ospiti in allegria.



versa con Rolf Schaller (sinistra).



Il presidente del CdA Beat Schlatter (al centro) con Thomas Amstutz (a SX) e Sandro Hofmann (entrambi di Feldschlösschen).

## Hürlimann Bier SA

# Gli uomini bevono per gli uomini e donano denaro

**Beat Schlatter – presidente del CdA, attore e comico – ha diretto la prima assemblea generale della Hürlimann Bier SA che, attraverso il fondo «Gli uomini bevono per gli uomini», supporta dei progetti maschili.**

Beat Schlatter – coadiuvato da Thomas Amstutz e Sandro Hofmann, CEO e New Business & Area Sales Director di Feldschlösschen – ha diretto l'assemblea generale presso la Casa del Popolo di Zurigo. Qui ha presentato i quattro progetti maschili che riceveranno un totale di 25000 franchi dal fondo «Centesimi Hürlimann»: una gara maschile di sci di fondo a Niederdorf, una produzione teatrale dadaista, una campagna di informazione e un uomo in difficoltà.

### La soddisfazione di Beat Schlatter

Nell'anno finanziario sono state bevute 9707780 birre piccole, pari a 3 dl di Hürlimann

mann ciascuna. Nel fondo sono stati così versati 97077.80 franchi. Una cifra che ha soddisfatto Beat Schlatter.

### Il fondo cresce

Nel fondo rimangono circa 50000 franchi. Dato che, tuttora, per ogni Hürlimann bevuta un centesimo finisce nel fondo, l'importo a disposizione dei futuri progetti maschili zurighesi è destinato ad aumentare.

Beat Schlatter ha dichiarato di essere attivamente impegnato a sostegno del fondo. Tutti i presenti sono convinti che egli rappresenti un ottimo esempio!

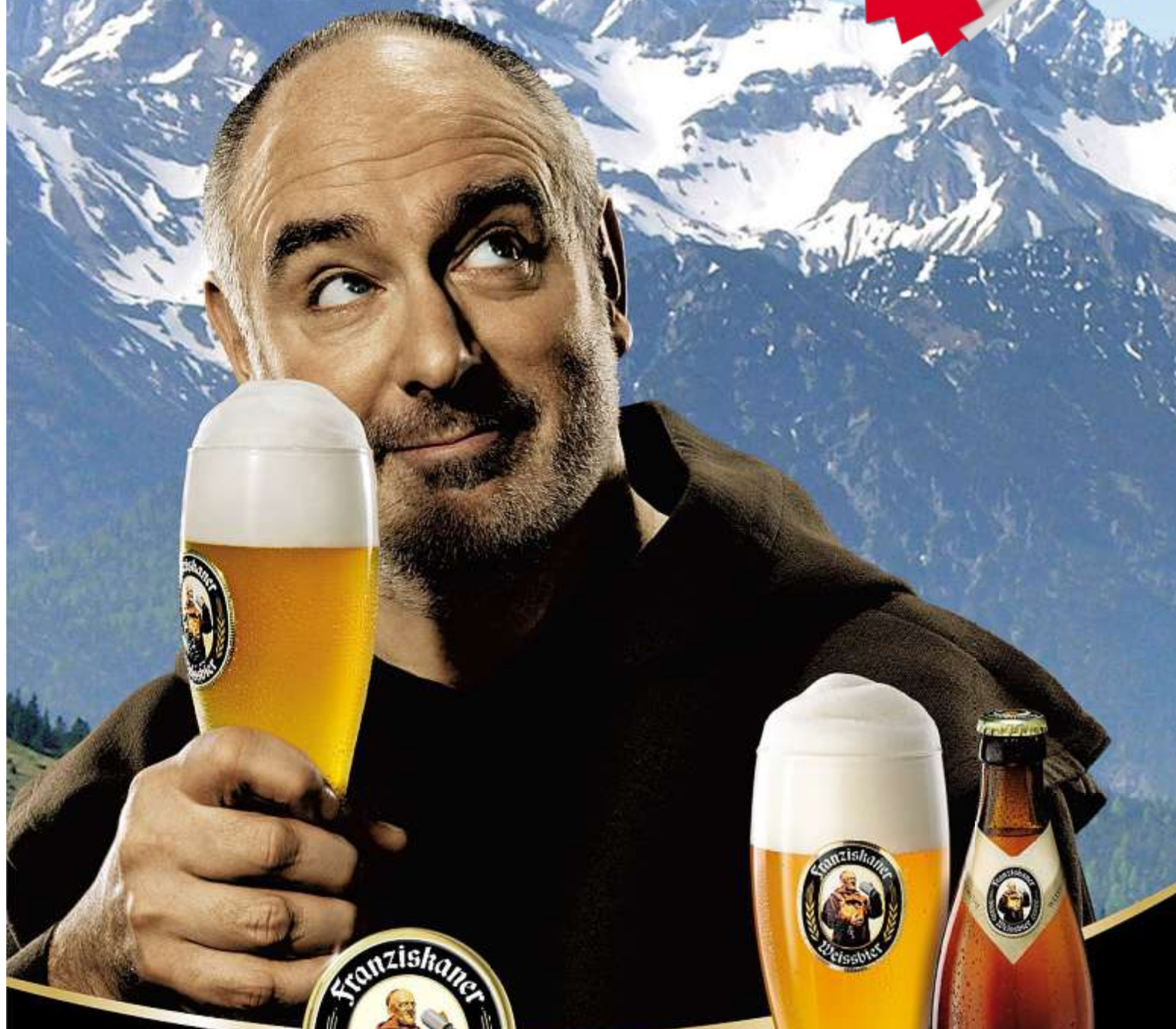
[www.huerlimann.rappen.ch](http://www.huerlimann.rappen.ch)



Alla salute: il presidente del CdA Beat Schlatter ha diretto la prima assemblea generale.

**ORDINARE  
ORA!**

[myfeldschloessen.ch](http://myfeldschloessen.ch)



**Zeit für das Besondere.**



Christian Erpenbeck e Arist Häfelin.

## Una birra con...

**CHRISTIAN ERPENBECK,  
HOTEL SILVRETTA, KLOSTERS**

**Arist Häfelin (Sales Manager): Sig. Erpenbeck, riceve le nostre consegne a bilancio di CO<sub>2</sub> neutro. Cosa ne pensano i suoi clienti?**

Christian Erpenbeck: Ne sono entusiasti, soprattutto quelli più giovani, che si interessano sempre più di ecologia. E l'impegno degli albergatori per ridurre il proprio impatto ambientale non passa inosservato. Per questo abbiamo appeso il certificato CO<sub>2</sub> di Feldschlösschen in bella vista alla reception. È fantastico che anche in

questo campo Feldschlösschen sia sempre un passo avanti degli altri. Le consegne a bilancio di CO<sub>2</sub> neutro sono perfette per la nostra strategia.

### Ce la illustri.

Sono convinto che agire all'insegna dalla sostenibilità e dell'ecologia oggi giorno sia un dovere irrinunciabile, oltre ad essere molto apprezzato dai turisti. Nei prossimi anni per noi albergatori sarà anche un'importante risorsa economica, ne sono certo. Mi immagino già il nostro hotel che offre la possibilità di trascorrere ferie a CO<sub>2</sub> neutro. Ascolto sempre i consigli che provengono dall'esterno come ad esempio dal settore logistica di Feldschlösschen.

### Come mai era così felice quando il nostro autocarro elettrico da 18 t è venuto da lei a Klosters?

Mi hanno colpito la potenza, la velocità e, soprattutto, la portata! L'autocarro elettrico di Feldschlösschen è una meraviglia della tecnica. È grazie a innovazioni come questa che possiamo proteggere l'ambiente con efficacia.

### Ho sentito che sta cercando di innovare anche l'impianto di riscaldamento del suo hotel.

Il mio obiettivo è quello di sfruttare l'acqua calda da 17 a 19 gradi che scorre da anni nella galleria della Vereina per riscaldare il nostro hotel e altre abitazioni di Klosters. Io e mio padre abbiamo chiesto a uno studio di ingegneri di preparare un progetto. Sarebbe un ulteriore passo avanti verso le ferie a CO<sub>2</sub> neutro che il «Silvretta» vuole offrire.

[www.silvretta.ch](http://www.silvretta.ch)

### LE FERIE A CO<sub>2</sub> NEUTRO SECONDO ERPENBECK

Christian Erpenbeck si avvale delle consegne a CO<sub>2</sub> neutro di Feldschlösschen. Il ristoratore dell'Hotel Silvretta di Klosters ha raccontato al nostro Sales Manager Arist Häfelin perché quest'offerta si adatta perfettamente alla sua idea di ecologia.

## Anche passionatamente un'ottima scelta.



I NUOVI FORD **TRANSIT**



Go Further

FESTEGGIA CON CARLSBERG  
PER TUTTO L'INVERNO!

Carlsberg  
PARTY UP THERE

VERBIER<sup>+</sup>  
ST-BERNARD

Arosa Lenzerheide

ADELBODEN  
Ski World Cup 2014

ORDINA  
SUBITO UNA  
CARLSBERG!



TANJA LA CROIX

That calls for a Carlsberg

Apprezzare in  
modo responsabile.



## Concorso a premi

# In palio biglietti per lo slalom di Adelboden

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 la bibita con la bottiglia tondeggianti amatissima in Francia?

- R** Himberino
- T** Orangina
- L** Apfelone

2. Come diventerà la società nei prossimi anni secondo gli scienziati?

- R** Più femminile
- O** Più maschile
- C** Rimarrà invariato

3. Come si chiama il circolo nel quale i clienti Feldschlösschen si incontrano regolarmente?

- E** Circolo gastronomo
- K** Associazione osti
- G** Club conserviero

4. Quale predicato descrive la Zwickelbier?

- M** Priva di luppolo
- S** Senz'alcol
- N** Non filtrata

5. Come si chiama un bicchierino di bevanda alcolica bevuto in un solo sorso?

- C** Gulp
- D** Shot
- U** Arrow

La soluzione è:

--	--	--	--	--



Lo svizzero Marc Gini nel 2013 sarà sul Chuenisbärgli di Adelboden.

## Le star dello sci sul Chuenisbärgli di Adelboden

Sabato slalom gigante, domenica slalom: il fine settimana della Coppa del Mondo dell'11 e 12 gennaio ad Adelboden garantisce uno spettacolo di prima classe.

SETE mette in palio 2x2 biglietti per la domenica. Si tratta degli speciali biglietti «Tenda Club/Tribuna», che permettono di accedere alla Tenda Club, che offre gratuitamente stuzzichini, bevande e un pranzo a buffet.

Risolvete il quiz in questa pagina. Con un po' di fortuna potrete ammirare i campioni dello slalom ad Adelboden.

[www.weltcup-adelboden.ch](http://www.weltcup-adelboden.ch)

### I vincitori del concorso SETE, novembre 2013

Hanno vinto una bottiglia ciascuno della specialità birraia Feldschlösschen «Theophil Vintage II»: Clara Hallenbarter-Imoberdorf (Obergesteln), Elisabeth Ganz (Biel), Heidi Vögele (Leibstadt), Ivo Dammann (Magden), Christof Burki (Näfels), Matthias Scherer (Wengi bei Büren), Benjamin Wassmer (Coira), Patrick Marc Hölterhoff (Goldach), Markus Altenburger (Jona), Else Lenherr-Mueller (Triesen), Davide Pisoni (Losone), Michel Lemmens (Scharnachtal), Myriam Schlup (Langenthal), Johann Schwer (Winterthur), Herbert Kapun (Hinterkappelen), Bruno Matteo (Rodi-Fiesso), Katja Täschler (Burgdorf), Kallista Nanchen (Chamoson), Christine Grau (Basilea), Beatrice Attinger (Horgen). Congratulazioni!

### Ecco come partecipare

Inviare la soluzione e i vostri dati via fax allo **058 123 42 80** o via e-mail a [durst@fgg.ch](mailto:durst@fgg.ch). Con un po' di fortuna vincerete due biglietti Tenda Club/Tribuna per la Coppa del Mondo di sci sul Chuenisbärgli di Adelboden.

**Termine ultimo di spedizione: 3 gennaio 2014**

# 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](http://MyFELDSCHLOESSCHEN.ch) alla rubrica «Migliori economie / Deals».





UNO SGUARDO OLTRE IL PIATTO

# Scolpito nel ghiaccio, ma dal sapore orientale

Un viaggio gastronomico in Estremo Oriente e un bar tutto di ghiaccio: il contrasto caldo-freddo fa parte dell'«IndoChine Waterfront und Restaurant» di Amburgo che, sulle sponde dell'Elba, riscuote grande successo.

Il nome dell'«IndoChine» richiama tempi passati lasciando intuire l'offerta gastronomica e l'ambientazione ispirata a paesi come Laos, Cambogia e Vietnam. In netto contrasto con i Tropici è invece, proprio all'interno dell'«IndoChine Waterfront und Restaurant» sull'Elba, il magnifico Belvedere Ice Bar; aperto tutto l'anno è una vera attrazione, dato che è il primo e unico della Germania.

## 42 tonnellate di ghiaccio

Nel 2006, 300 blocchi di ghiaccio dal peso totale di 42 tonnellate, sono stati trasportati qui. In uno spazio di 90 metri quadrati sono stati scolpiti gli elementi tipici di un bar, cioè colonne, tavolini e sculture di ispirazione asiatica. E da allora l'Ice Bar brulica di clienti in estate e in inverno.

## Caldi piumini

Ai clienti che accedono al famoso Ice Bar attraverso una chiusa si mettono a disposizione caldi piumini, visto che l'ambiente viene mantenuto intatto grazie a una temperatura costante di meno 5 gradi centigradi.

## Cocktail di vodka ghiacciata

L'illuminazione LED ricrea un ambiente polare con un'atmosfera idilliaca e colori suggestivi. La musica lounge riscalda gli spiriti e i camerieri servono cocktail di vodka appositamente creati dal Belvedere.

L'idea di un Ice Bar in città



L'Ice Bar è la grande attrazione dell'«IndoChine» di Amburgo.



La vista sull'Elba è perfetta.



L'«IndoChine» dall'esterno.

riscuote successo da sette anni e, nonostante l'incredibile offerta gastronomica di Amburgo, è ancora molto amato – sia da clienti che hanno appena cena-

to nel ristorante adiacente, sia per una capatina all'Ice Bar dell'«IndoChine» per concedersi un drink ghiacciato.

[www.indochine.de](http://www.indochine.de)

**Senza racchette  
ma con la  
Bügel!  
Ordinare ora!**



Apprezzare in modo responsabile.



**FELDSCHLÖSSCHEN UNISCE**



Hotel Ristorante Martinshof di Zuchwil

# Visita al birrificio e cena di Natale a Rheinfelden

Una cena di Natale decisamente riuscita: la squadra del «Martinshof» di Zuchwil ha visitato il principale birrificio svizzero e poi si è lasciata viziare nel ristorante Feldschlösschen.



Foto di gruppo nel birrificio più bello della Svizzera.



La squadra del «Martinshof» si fa spiegare gli ingredienti della birra.

Denise e Stefan Reinhard, gestori dell'Hotel Ristorante Martinshof di Zuchwil, hanno voluto offrire ai propri dipendenti una cena di Natale davvero speciale. Su consiglio del Sales Manager Ramon Schärer, hanno organizzato una visita alla Feldschlösschen di Rheinfelden seguita da una cena squisita al ristorante Feldschlösschen. Stefan Reinhard racconta: «Abbiamo trascorso una meravigliosa serata. Prima abbiamo imparato i segreti della birra che serviamo tutti i giorni e poi abbiamo festeggiato».

[www.martinshof.ch](http://www.martinshof.ch)



Stefan Reinhard (sinistra) del Martinshof e il Sales Manager Ramon Schärer brindano durante la cena di Natale.

## On Trade Academy

# Cerimonia dei diplomi alla On Trade Academy di Losanna

22 clienti Feldschlösschen della Svizzera tedesca e romanda hanno concluso con successo l'edizione 2013 della On Trade Academy e si sono riuniti nella scuola alberghiera di Losanna per la cerimonia dei diplomi.

Se anche voi siete interessati a questo corso di formazione pratica della durata di nove giorni, rivolgetevi al vostro Sales Manager.



I diplomati della On Trade Academy 2013 con la direzione del corso.

**Rumore molesto**

# Vincenti con soluzioni creative

**Confrontato a sempre più lamentele per il rumore molesto, Chris Rosser dell'«Alpha Thun» ha sviluppato una luce che inizia a lampeggiare quando il vocio fuori dal suo ristorante diventa troppo forte. E questo stratagemma, che non è costato quasi niente, funziona.**

Quando Chris Rosser ha rilevato l'«Alpha Thun» con un collega tre anni fa, la prima cosa che ha fatto è stata di acquistare un bel mobilio lounge per rendere la terrazza più conviviale. E ciò è piaciuto: l'area esterna è diventata subito popolarissima – sia in estate, sia in inverno, quando un camino riscalda i clienti. Più clienti ha però significato più rumore e, con esso, sono nati i problemi di vicinato. Il team dell'«Alpha» ha tentato di sensibilizzare i clienti con dei cartelli e ha distribuito dei buoni-dessert ai vicini; tuttavia ciò non è bastato per ridurre il vocio o per calmare gli animi. «Ci siamo informati e abbiamo scoperto che nelle aree residenziali e commerciali sono ammessi 54 decibel», spiega Rosser. «Abbiamo quindi pen-

sato bene di misurare il rumore.»

### La «colonnina della tolleranza» lampeggia raramente

Da allora, sulla terrazza dell'«Alpha» troneggia la «colonnina della tolleranza»: una luce lampeggiante realizzata in proprio del valore di 300 franchi, che inizia a lampeggiare quando il rumore supera il livello di guardia. Da agosto, la cosa è avvenuta al massimo tre volte. «Abbiamo notato subito che non ci sono problemi, a patto che i nostri clienti non ridano a squarciagola o applaudano», spiega Rosser. L'idea è piaciuta ai clienti come ai vicini. «I clienti sono incuriositi e vengono sensibilizzati sul tema, mentre i vicini capiscono che li prendiamo sul serio, pur difen-



La «colonnina della tolleranza» è apprezzata da clienti e vicini.

### I CONSIGLI DELL'«ALFA SUPREMO» PER RISOLVERE I PROBLEMI DI RUMORE

- Prendere il toro per le corna e andare a discutere con coloro che protestano.
- Invitare i vicini nell'esercizio, dato che identificandosi con il locale aumenta il grado di tolleranza.
- Se parlare non aiuta, sfoggiare un asso nella manica.
- Non lasciarsi fare, ma ricercare attivamente una soluzione che soddisfi entrambe le parti.

[www.alpha-thun.ch](http://www.alpha-thun.ch)



Chris Rosser (in alto a destra) con il suo «branco alfa» impiegato in cucina e nel servizio.

dendo i nostri diritti», prosegue Rosser.

### Idee di arredamento vincenti

La colonnina della tolleranza è solo un esempio della creatività dell'«Alpha Thun» e del suo modo di distinguersi dagli altri. Un altro esempio: nel ristorante, non ci sono due sedie uguali, e a ogni sedia è affissa una nota che ne racconta la storia. È inoltre inconsueto che il ristorante apra solo alle 11.30. «Questo ci ha fatto sicuramente perdere

qualche cliente inizialmente; tuttavia, non riteniamo che sia nostro dovere fornire un servizio pubblico», dichiara il gestore.

Il 32enne Chris Rosser, «capobranco» di una squadra di 30 elementi anche loro dominanti (quindi «alfa»), predilige di certo portare la Svizzera nei piatti e nei bicchieri dei clienti. L'«Alpha Thun» spezza la monotonia con varie serate a tema. Un esempio sono gli eventi con gli apprendisti, nel corso dei quali gli apprendisti preparano un menu di 3 portate – e per il quale i clienti pagano ciò che ritengono giusto; il 50% va alla cassa degli apprendisti. «Anziché lamentarci, noi ristoratori dovremmo mettere in pratica delle idee innovative», suggerisce Rosser. O, come recita la sua «alfasofia»: «Il branco alfa non segue la massa, ma la precede con un asso nella manica.»

## Restaurant zum Schiefen Eck, Basilea Invecchiare con la birreria

Il Restaurant zum Schiefen Eck di Basilea sarebbe una «trattoria-birreria originale» secondo Bernhard Thommen. Insieme ai suoi fratelli, fa parte della Vorest AG, che collabora con Feldschlösschen da 30 anni e gestisce, oltre ad altri locali, anche lo «Schiefen Eck», in piedi da ormai 70 anni e una vera e propria istituzione a Basilea. È aperto 365 giorni all'anno, dalle sei del mattino alle due di notte. «Nel corso dei decenni molti clienti si sono fidelizzati al locale e sono così invecchiati insieme allo «Schiefen Eck», svela Bernhard Thommen.



«Zum Schiefen Eck». Foto piccola: Bernhard Thommen e Wendelin Mahrer.

### Novità da Feldschlösschen

- Nel 2013 sono state due le novità principali dello «Schiefen Eck»:
- dopo 30 anni, la titolare settantenne Rosa Saxer ha passato il testimone a Wendelin Mahrer, ma l'«anima» del locale è rimasta intatta.

- Dal 1° ottobre 2013 la Feldschlösschen ha sostituito la Cardinal alla spina. «Questo cambiamento è stato molto apprezzato dai clienti, perché chi è di Basilea associa naturalmente Feldschlösschen alla propria città», dichiara Thommen.

## Ristorante Pöstli, Bellwald Compleanno e musica vallesana

In dicembre, con la musica vallesana di Hansrüedi Zbinden, Christian Bittel ha festeggiato con i clienti più fedeli il 30° compleanno del suo ristorante Pöstli di Bellwald.

«Pöstli». Il locale di Bellwald rappresenta un ritrovo per turisti e residenti. Da quando Christian Bittel dirige il «Pöstli», i clienti gustano la birra di Feldschlösschen. «È "vallesemente" il meglio», spiega il ristoratore.

### Sempre Feldschlösschen

Una porzione notevole dei tre decenni del «Pöstli» è caratterizzata dal ristoratore, che ha diretto il locale dal 1994 al 1999, si è concesso una scappata presso l'hotel dello sciatore Daniel Albrecht a Fiesch e presso un bar sulla neve e, sei anni fa, ha fatto ritorno al suo

Christian Bittel e il «Pöstli» di Bellwald.



Gli interni dell'Olympic Lounge sono raffinati e moderni.

## Olympic Lounge, Zurigo Nuovo locale, vecchi clienti

Vladimir Stojanovic e il suo Olympic Lounge si sono trasferiti nel quartiere Schwamendingen. Ora il Lounge è due volte più grande, raffinato e moderno.

Il ristoratore è particolarmente soddisfatto perché la maggior parte dei clienti è rimasta fedele al locale e adesso passa le serate nella nuova sede. Vladimir Stojanovic è cliente Feldschlösschen da quando, sette anni fa, ha deciso di mettersi in proprio e nel suo Olympic Lounge usa il nuovo impianto di spillatura ACE Modular 20 (v. pag. 29).

### Birra fresca più a lungo

«La birra resta fresca molto più a lungo. Io e i miei clienti adoriamo la Grimbergen Blanche e la birra forte Carlsberg Elephant», dichiara Stojanovic, «ma quella che va per la maggiore è senz'altro la Carlsberg.»

[www.olympiclounge.ch](http://www.olympiclounge.ch)





ORDINATE  
ORAI!

1128  
**+ GRIMBERGEN +**  
ABDIJBIE - BIÈRE D'ABBAYE

## Avni Jasiqi del Coconut Bar di Dübendorf

# «I clienti amano le tre birre del nuovo impianto»

Avni Jasiqi ha rilevato il Coconut Music & Dance Bar di Dübendorf e ha subito deciso di affidarsi a Draught Master, l'impianto modulare per birre alla spina. Il ristoratore ci spiega perché è entusiasta del nuovo impianto.

Dopo tanti anni nella ristorazione, la scorsa primavera Avni Jasiqi ha realizzato il suo sogno: mettersi in proprio. Il nuovo titolare del Coconut Music & Dance Bar di Dübendorf è uno dei primi ristoratori svizzeri ad aver scelto Draught Master, l'impianto modulare per birre alla spina del Gruppo Carlsberg.

### Birra fresca e costi ridotti

«Oltre all'ottima offerta e ai prodotti eccellenti, il nuovo impianto per birre alla spina è stato la ragione principale che mi ha spinto a collaborare con Feldschlösschen», dichiara Avni Jasiqi illustrando due dei tanti vantaggi del nuovo impianto (v. articolo sotto): «La birra è sempre fresca e ogni

anno posso risparmiare sulle spese.»

### Un assortimento esclusivo

• Chi sceglie il nuovo impianto, può offrire ai propri clienti un esclusivo assortimento di birre alla spina:

• **Carlsberg**, birra lager premium internazionale di origini danesi.

• **Carlsberg Elephant**, birra ricca e forte con il 7,2% di volume alcolico.

• **Grimbergen Blanche**, birra weizen belga dal carattere unico.

### «Tanti fan»

«Queste tre birre alla spina sono l'assortimento ideale per il Coconut Bar», afferma Avni Jasiqi. La maggior parte dei clienti sceglie la Carlsberg ma



anche le altre due birre stanno riscuotendo particolare successo.

### Prezioso materiale pubblicitario

Oltre a sfruttare la carta delle birre e dei vini di Feldschlösschen, Avni Jasiqi ha esposto per tutto il locale il materiale pubblicitario offerto dal partner.

[www.coconut.ch](http://www.coconut.ch)



Avni Jasiqi spilla una Carlsberg (sopra) e brinda all'ottima collaborazione con Claudio Balestra, Sales Manager Feldschlösschen (sotto).



Sopra: fusto PET del nuovo impianto.



A sinistra: con queste birre alla spina offrirete qualcosa di esclusivo ai vostri clienti.

## Più profitti con l'impianto per birre alla spina Draught Master

Il nuovo impianto per birre alla spina Draught Master è una novità brevettata del Gruppo Carlsberg. È disponibile per la Carlsberg Lager, la birra forte Carlsberg Elephant e la birra weizen belga Grimbergen Blanche. Con queste tre birre potete offrire ai vostri clienti un allettante assortimento e distinguervi nettamente dalla concorrenza.

E poi il nuovo impianto vi farà risparmiare tempo e denaro. Ecco i vantaggi per i ristoratori:

- Dopo la spillatura, la birra si conserva per 31 giorni e resta fresca molto più a lungo rispetto agli impianti tradizionali (5-7 giorni).
- Grazie alla miscela perfetta dalla prima all'ultima goccia avrete meno perdite di prodotto.
- Il fusto in PET viene pressato esternamente con aria compressa e non necessita di CO<sub>2</sub>. Così risparmierete su spese e tariffe di deposito. Soltanto il risparmio sul gas

è pari a 520 CHF all'anno per 80 hl di birra alla spina.

• **Grazie al sistema di pulizia semiautomatico** risparmierete inoltre 570 CHF all'anno.

• **Fusti riciclabili:** i leggeri fusti in PET a perdere sono riciclabili e facili da smaltire. Per maggiori informazioni consultate il sito [myfeldschloesschen.ch](http://myfeldschloesschen.ch) o il vostro Sales Manager, che sarà lieto di aiutarvi.

Il piacere di sperimentare

# I giovani cuochi rendono «unico» il «Bären»

Carlo Strebel ha connotato il suo «Bären» di Bätterkinden (BE) con una cucina mediterranea tradizionale. Ora offre ai suoi due giovani cuochi un palcoscenico proprio, dove permette loro di

creare dei freschi «menu unici». Christoph Furer (25) e Marcel Neuenschwander (23) sperimentano volentieri anche con la birra Feldschlösschen.

## Capesante con schiuma di birra e cavolfiore in tre variazioni



Antipasto per 4 persone

### Ingredienti

8	capesante
2 pezzi	di cavolfiore
50 g	di burro
2 dl	di Feldschlösschen Original
3	spicchi d'aglio
15 g	di sale
5 g	di noce moscata
Una presa	di pepe della Tasmania
2 pezzi	di scalogno
100 g	di panna da montare liquida
8 misurini	seneoPro AIR di olio d'oliva
2 dl	di fondo vegetale

### Preparazione

Mettere sottovuoto al 100% le capesante con poco burro e sale, quindi cuocere in un contenitore sottovuoto a 48 gradi per 8 minuti. Prima di servire, dorare leggermente con poco olio d'oliva e uno spicchio d'aglio. Preparare il cavolfiore e frullarne metà nel Thermomix. Condire con un po' di burro, aglio, sale, pepe e uno spruzzo di birra. Spezzettare l'altra metà in roselline e bollirla in acqua salata. Saltare il cavolfiore bollito con un po' d'acqua salata e di burro e insaporirlo con sale e pepe. Tagliare finemente un pezzo di cavolfiore e metterlo in padella con burro e scalogno. Diluire con poco fondo vegetale e stufare teneramente. Fare una purea del cavolfiore stufato e passarlo attraverso un colino. Mescolare con la panna e insaporire con noce moscata, sale e pepe. Versare nel sifone iSi e riempire con due carucce di azoto.

Riscaldare la birra a 60 gradi, aggiungere l'olio d'oliva e spumeggiare con un mixer ad immersione.



Largo ai giovani: Christoph Furer (SX) e Marcel Neuenschwander, con i loro «menu unici», offrono un'alternativa alla tradizionale cucina mediterranea del «Bären» di Bätterkinden.

«L'antipasto con le capesante e il cavolfiore in tre consistenze è perfetto in gennaio. Dopo le mangiate impegnative del periodo natalizio si apprezza qualcosa di leggero», spiega il cuoco Christoph Furer. Il collega Marcel Neuenschwander aggiunge: «La lieve schiuma della birra completa al meglio l'antipasto.»

I due giovani cuochi, con i loro «menu unici», completano a loro volta la cultura

culinaria del ristorante Bären. I clienti erano abituati a una cucina tradizionale stagionale di sapore mediterraneo, alla quale Furer e Neuenschwander aggiungono varietà e sperimentazione.

### A breve un gelato alla birra?

Christoph Furer e Marcel Neuenschwander apprezzano la libertà che gli concede lo chef Carlo Strebel per dare sfogo alla loro

creatività. Attendono emozionati la primavera, che concede più tempo per sperimentare e che, al «Bären», è sinonimo di gelati fatti in casa. È possibilissimo che sulla carta compaia un gelato alla birra. «A crudo, il sapore della birra rimane puro – una sfida interessante», spiega Christoph Furer. SETE gli augura buon divertimento nella sperimentazione!

Con questo leggero antipasto vi consiglio una Feldschlösschen Amber, lasciata a maturare nel legno di quercia. Si distingue per l'aroma leggermente fruttato, il gusto caramellato e la delicata nota di luppolo.



Thomas Klauser, sommelier della birra Feldschlösschen



Inviatemi le vostre ricette a base di birra!

## Mandateci la vostra ricetta

Mandateci la vostra ricetta preferita corredata da una foto a [durst@fgg.ch](mailto:durst@fgg.ch) o a Feldschlösschen Bibite SA, redazione SETE, Theophil-Roniger-Strasse, 4310 Rheinfelden.

Le ricette più originali saranno stampate su SETE.



Gli editorialisti di SETE: Stephan Pörtner (SX), scrittore, traduttore e vincitore dello Zürcher Krimipreis; Beat Schlatter, attore, cabarettista e sceneggiatore.

Gli assetati

## Buon Natale!

**Stephan:** Hai già comprato i regali di Natale?

**Beat:** No, credo che i regali più belli siano quelli che non si possono comprare. Sei così tirchio da arran-

giarti con il fai da te?

Ma no, non è perché sono tirchio. L'anno scorso mia moglie mi ha consigliato di scrivere una lettera a un amico che ha già tutto.

**E l'hai fatto?**

Mi sono messo d'impegno. La mattina del 24 mi sono seduto alla scrivania e ho cercato di mettere nero su bianco le esperienze che abbiamo condiviso e il mio affetto, per ringraziarlo della sua amicizia.

**Non deve essere stato facile.**

Ho ricominciato daccapo per ben cinque volte. Prima ero troppo ampolloso e poi troppo formale. Alla fine ho rinunciato.

**E allora non gli hai regalato niente?**

No, in realtà ci eravamo detti di non farci regali. Ma quando la sera, giusto vicino all'albero di Natale addobbato mi ha filato una busta sono rimasto di stucco. L'ho abbracciato e gli ho detto che era proprio un vero amico, di quelli che mettono in pratica quello che dicono. Il giorno seguente ho aspettato un momento tranquillo e ho aperto la lettera.

**E cosa c'era scritto?**

«Buon Natale!»

L'agenda presentata da **MyFELDSCHLOESSCHEN.ch**

## Attirate i re e gli amanti dello sci nel vostro locale

• **Epifania:** il 6 gennaio si festeggia l'arrivo a Betlemme dei tre Re Magi provenienti dall'Oriente. Approfittate dell'Epifania per offrire qualcosa di speciale ai vostri clienti, aumentando la frequentazione del vostro locale. Fate in modo che i vostri clienti si sentano come delle regine e dei re. Perché non offrire, ad esempio, un'Eve per le regine e una Feldschlösschen Premium per i re quali «aperitivi da re»?



Il 6 gennaio si festeggia l'arrivo dei tre Re Magi.

• **Gare di sci:** in gennaio, la Coppa del Mondo di sci fa tappa nell'Oberland Bernese. Richiamate i tifosi di sci nel vostro locale e assistete con loro alle gare di Adelboden (11 e 12 gennaio) e di Wengen (dal 17 al 19 gennaio). Offrendo una scommessa originale raddoppierete il divertimento e le emozioni. Una birra fresca rappresenta un ottimo premio per il vincitore. E perché non offrire un giro gratis in caso di una vittoria svizzera?



Festa dello sci sul Chuenisbergli di Adelboden.



### IL GLOSSARIO DELLA BIRRA

#### J come Jungbier (birra giovane)

Subito dopo la fermentazione principale, la birra viene definita birra giovane. In questa fase non è ancora bevibile, in quanto presenta ancora delle sostanze sgradite, come gli aminoacidi e i loro sottoprodotti di decomposizione e fermentazione. Durante la fermentazione principale, il lievito ha convertito praticamente tutto lo zucchero reso disponibile dal malto in etanolo e in ossido di carbonio. Solo dopo il magazzinaggio, detto anche fermentazione secondaria o maturazione, le suddette sostanze vengono trasformate dal lievito. In questo modo la birra matura, acquisendo un sapore gradevole e divenendo digeribile.



### LA BARZELLETTA del mese

«Qui il clima è miracoloso. Quando sono arrivato qui non potevo parlare, non potevo camminare ed ero senza capelli», dichiara il residente di una stazione termale a un visitatore.

«Accidenti: ma da quanto tempo vive in questo splendido posto?»

«Dalla nascita.»

# 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.myfeldschloessen.ch!](http://www.myfeldschloessen.ch)



**Si registri subito e approfitti!**



**MyFELDSCHLOESSCHEN.ch**

*Sete incolmabile*