



Hit

Franziskaner
Hefe-Weissbier

2.12 CHF la bottiglia
invece di 2.42 CHF

Art. 10800, 20x0,50cl, VC cassa

Brindisi al nuovo anno

- > Nonostante tutto il ristoratore zurighese Walter Schöb ha fiducia nel 2017
- > Due interviste: ecco cosa si attendono dal nuovo anno GastroSuisse e Hotelleriesuisse

Feldschlösschen Birra di primavera

Ordinate ora fino al
31 gennaio presso
il vostro Sales Manager.



Appreziate in
modo responsabile.

La rinfrescante piacevole birra
per la fiorente stagione

Feldschlösschen unisce



Prodotto in Svizzera dal 1876

Editoriale

SETE si rinnova per tradizione



Care lettrici, cari lettori,

Feldschlösschen, negli oltre 140 anni della sua storia, è sempre riuscita a preservare la tradizione senza rinunciare a reinventarsi. La rivista gastronomica del maggior birrifico svizzero compierà dieci anni nel febbraio 2017. Anche SETE, quindi, fa parte a pieno titolo della tradizione.

Dato che stare fermi significa spesso arretrare, SETE continua ad evolversi. Per il nuovo anno si presenta in una veste più fresca, ariosa e moderna. Ci sono anche nuovi temi, come «A tutta craft» sulle birre artigianali. La qualità tradizionalmente alta della rivista gastronomica è tuttavia rimasta immutata. Vi auguro una lettura ispirata e, ovviamente, un ottimo inizio del nuovo anno.

Non vedo l'ora di festeggiare nuovi successi assieme a voi nel 2017. Feldschlösschen è impegnata anche nel nuovo anno a essere un partner perfetto per la ristorazione con i suoi prodotti, le sue innovazioni e i suoi servizi. Lo sappiamo benissimo: il vostro successo è anche il nostro successo.

Gérard Schaller
Responsabile vendite ristorazione

A tutta craft

Novità: SETE presenta ogni mese delle birre Craft di tendenza che fanno bene al fatturato.

Pagina 5

Birra primaverile

Portate la primavera nel vostro locale e ordinate ora la specialità stagionale.

Pagina 9

Centesimi Hürlimann

Gli uomini bevono per gli uomini: ecco i progetti maschili zurighesi premiati dall'AG.

Pagina 16

Colofone

SETE La rivista sulla ristorazione dell'impresa
Feldschlösschen, www.giornalesete.ch
Pubblicato da Feldschlösschen Bibite SA,
Theophil-Roniger-Strasse, 4310 Rheinfelden,
telefono 0848 125 000, www.feldschloesschen.com
Coordinamento generale Daniela Fernández
Responsabile di redazione Daniela Fernández
Inserzioni durst@fgg.ch, Daniela Fernández
Anno Undicesimo anno

Periodicità Mensile, edito in italiano, tedesco
e francese
Tiratura Italiano 2000, tedesco 24000, francese 10000
Redazione, layout, litografia, correzione, traduzione,
stampa e spedizione Vogt-Schild Druck AG,
Gutenbergstrasse 1, 4552 Derendingen
Responsabile progetto Pamela Güller
Capo-redazione Marcel Siegenthaler/Textension GmbH,
www.textension.ch

Diritti d'autore I contributi contenuti in questa rivista sono
protetti da diritti d'autore. Tutti i diritti riservati.
Copyright Freshfocus, Feldschlösschen, Textension, messo
a disposizione. Caricatura: Göldi (Daniel Mangold)



stampato in
svizzera



Birra del mese

Feldschlösschen Braufrisch

La Feldschlösschen Braufrisch è una delle innovazioni di maggior successo degli ultimi 140 anni di storia del più importante birrifico svizzero. Questa birra lager naturale, non filtrata e torbida vanta delicate note caramellate. Al primo sorso presenta una nota lievemente amara conferita dal luppolo.

Nella mitica bottiglia con tappo meccanico in esclusiva per la ristorazione, la Feldschlösschen Braufrisch è immanicabile in compagnia. Disponibile anche alla spina, è ideale con piatti leggeri, pesce cotto, carne e formaggi di montagna.



Ordinare subito!

1.45 CHF la bottiglia

Art. 14706, 20x33cl, VR vetro



IL VINO DEL MESE

St. Saphorin Dizerens

Il profumo del St.Saphorin del viticolo Dizerens di Lavaux non si dimentica facilmente, grazie alla ricchezza di aromi floreali e fruttati. Al palato si presenta pieno e intenso, oltre ad essere bilanciato e delicato. Il retrogusto è elaborato e mostra il carattere di un grande terroir e la qualità del viticoltore.

È perfetto con...

Il St. Saphorin Dizerens si sposa perfettamente con la cucina svizzera, in particolare con il pesce.

www.bottle.ch



Ordinare subito!

13.90 CHF la bottiglia

Art. 15515, 6x75cl, VP cartone



Gambrinus in viaggio intorno al mondo

La Svizzera si scopre terra di birre artigianali

Gambrinus è un grande amante della birra. Nel 2017 visiterà le dodici regioni birraie e racconterà a SETE le culture birraie nel mondo. Leggete cos'ha scoperto nella sua prima tappa attraverso la Svizzera.

«Ma come? Ammetto che tra il lago di Ginevra e di Costanza ci sono splendidi vigneti. Nel mio viaggio nel nostro splendido Paese ho visto però anche innumerevoli micro-birrifici, ho conosciuto molte birre artigianali elvetiche e ho festeggiato a suon di birre.

Una visita all'Associazione svizzera dei birrai di Zurigo ha confermato la mia impressione: la cultura e la varietà birraie si sono sviluppate enormemente negli ultimi anni. Ho scoperto che, nel 2016, in Svizzera non meno di 740 birrifici hanno segnalato una produzione birraia soggetta a tassazione e che tutti i birrifici svizzeri assieme hanno prodotto quasi 3,5 milioni di ettolitri di birra.

Sono entrato in molti locali e ho constatato che le svizzere e gli svizzeri non ordinano più «una piccola» come un tempo. Non si accontentano più delle lager e chiedono sempre più birre speciali. Questo è ottimo per la ristorazione, dato che la birra speciale delizia il cliente e aumenta il margine dell'oste.

Le birre artigianali sono di moda

Le birre artigianali locali sono molto amate. Mi ha quindi stupito non poco che in un locale svizzero orientale mi fosse offerta una birra del Vallese. «Che ne direbbe di una Valaisanne Pale Ale?», mi ha chiesto l'oste. «Non ne direi niente», ho risposto. «La berrei e la gusterei.»»



La Svizzera è un Paese sfaccettato dalla grande varietà birraia.

Svizzera terra birraia

I birrifici svizzeri producono numerose specialità e birre artigianali. La sola Feldschlösschen ha introdotto negli ultimi anni le innovazioni seguenti: Cardinal Brunette, Feldschlösschen Braufrisch, Valaisanne Pale Ale, Valaisanne Ämrich Weizen, Valaisanne Bière de Cave.

A tutta craft

Nuove Porter nello storico stile Guinness per un gusto moderno

Le birre artigianali vanno di moda. Con Guinness West Indies Porter e Guinness Dublin Porter regalerete ai vostri clienti un gusto dalle note speciali e dalla lunga storia.

Tra le mura del St.James's Gate Brewery di Dublino si trova un piccolo centro di sperimentazione, dove lavorano sei giovani mastri birrai. La nuova generazione di talenti ha carta bianca nel realizzare le sue idee, reinterpretare le vecchie ricette e crearne di nuove. Qui a Dublino si lavora in un autentico birrifico artigianale: a piccole capacità corrispondono grandi idee.

Birre storiche rivisitate

Con le nuove Guinness West Indies Porter e Guinness Dublin Porter, i giovani mastri birrai hanno reinterpretato due birre storiche per il gusto moderno. La storia della West Indies Porter risale all'anno 1801. I birrai di St. James's Gate volevano produrre una Porter in grado di resistere al lungo viaggio per le Indie. Il risultato fu una Guinness dal forte contenuto di luppolo e con più alcol. Nelle colonie fu subito un successo. La Dublin Porter nacque nel 1796, quando Guinness esportò per la prima volta la birra in Inghilterra. Entrambe le birre artigianali sono disponibili dal settembre 2016 nella House of Beer di Feldschlösschen.

Ottime con il cibo

Cioccolato e caffè, caramello e toffee: le Porter vantano note speciali. La West Indies Porter è perfetta con i cibi speziati dal sapore deciso, come agnello, curry thailandesi o piatti creoli. La Dublin Porter è eccellente per accompagnare grigliate, salmone affumicato, risotto coi funghi e zuppa d'orzo grigionese.



Guinness West Indies Porter

Stile birraio Porter
Paese d'origine Irlanda
Contenuto alcolico 6,8% vol.
Gravità 14,07 gradi Plato
Fermentazione Ad alta fermentazione
Colore Rubino scuro
Amarezza 50 IBU
Luppolo US Goldings
Aroma Ricco e deciso, con note di cioccolato, caramello e caffè.



Guinness Dublin Porter

Stile birraio Porter
Paese d'origine Irlanda
Contenuto alcolico 3,8% vol.
Gravità 9,43 gradi Plato
Fermentazione Ad alta fermentazione
Colore Rubino scuro
Amarezza 30 IBU
Luppolo US Goldings
Aroma Porter classica dal sapore leggero e rinfrescante. Vellutata con note di caramello scuro e toffee.

Ordinare subito!

Guinness West Indies Porter

3.95 CHF la bottiglia

Art. 14894, 12x50cl, VP vetro

Guinness Dublin Porter

3.85 CHF la bottiglia

Art. 14864, 12x50cl, VP vetro

MIXA E APPROFITTANE.

BLOODY MARY CON
5 CL DI AICY VODKA
CHF **0.95**



BOTTIGLIA DA 100 CL
18.90
70 CL = 13.23

BOTTIGLIA DA 100 CL
18.90
70 CL = 13.23

GIN TONIC CON
5 CL DI ST. PAUL GIN
CHF **0.95**

**HOUSE
SELECTION
SPIRITS**

GET MORE FOR LESS.



La bevanda del mese

Un frizzante Martini alla Bond. James Bond.

Il «Vesper» ha fatto la sua prima comparsa nel 1953 nel libro «Casino Royale» di Ian Fleming. L'autore aveva inventato il Vodka Martini per James Bond, che battezza il cocktail come la sua fiamma Vesper Lynd. La ricetta prevede tre parti di gin, una parte di vodka e mezza parte di Kina Lillet. Bond voleva il suo drink «agitato, non mescolato», mentre oggi si preferisce mescolarlo affinché rimanga limpido. Noi vi consigliamo di vacizzarlo con Schweppes Indian Tonic.



Ordinare subito!

Gin Bombay Sapphire Gin
26.10 CHF la bottiglia

Art. 10815, 6×0.7l, VP vetro
Ordinabili anche come bottiglie singole

Vodka Aicy Lemon
17.90 CHF la bottiglia

Art. 12028, 6×1l, VP vetro
Ordinabili anche come bottiglie singole

Lillet Blanc
15.80 CHF la bottiglia

Art. 12017, 6×0.75l, VP vetro
Ordinabili anche come bottiglie singole

Schweppes Indian Tonic
1.19 CHF la bottiglia

Art. 10023, 30×20cl, VR vetro

Ingredienti

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

Ricetta

Mescolare a freddo gin, vodka e Lillet con i cubetti di ghiaccio in un mixing-glass. Quindi, versare in un bicchiere Martini o in una coppetta da cocktail e riempire con Schweppes Indian Tonic. Servire senza ghiaccio. Guarnire con una spirale di limone o limetta.

Spillatura della birra di Natale Coppa per il risto-bistrot-bar «Gut gelaunt» di Berna

Il «Gut gelaunt» di Berna è stato scelto da una giuria quale locale meglio decorato per la spillatura della birra di Natale Feldschlösschen. Il gestore Ralf Jansen ha ricevuto una coppa da Hanspeter Vogel e Fabian Leubin, Sales Manager e Group Channel Activation Manager Feldschlösschen. Il team del risto-bistrot-bar ha vinto inoltre una visita per dieci persone alla Feldschlösschen di Rheinfelden.

www.feldschloesschen.ch/weihnachtsbier

www.gutgelaunt.ch



Ralf Jansen (centro) con Hanspeter Vogel (SX), Fabian Leubin e la coppa.

Novità nell'assortimento Pacchetto energetico equo



www.ramseier.ch

L'etichetta di commercio equo e solidale Max Havelaar è sinonimo di produzione e trattamento equi. Garantisce la certificazione di tutti gli ingredienti di un prodotto disponibile a condizioni di commercio equo.

Prezzi stabili per i contadini

Questo riguarda anche la frutta del nuovo nettare multivitaminico Max Havelaar Ramseier. Ramseier, con il mix energetico di undici frutti, fornisce vitamine ai consumatori e permette alle cooperative di piccoli contadini di contare su prezzi stabili e condizioni commerciali a lungo termine.

Ordinare subito!

Nettare multivitaminico premium
Max Havelaar Ramseier
2.72 CHF al litro

Art. 16940, 12×1l, Tetra Pak

IL RUM BIANCO
per un autentico
MOJITO CUBANO



INVECCHIATO
3 ANNI
in botti di rovere
A CUBA



DRINK RESPONSIBLY



Ordinare adesso su
myfeldschloessen.ch

LE GOÛT À LA FRANÇAISE



Birra primaverile Feldschlösschen

Lasciate entrare il sole primaverile nel vostro locale per un incremento delle vendite

Il letargo invernale sta finendo, la birra primaverile Feldschlösschen è ideale per le prime giornate di sole. Questa specialità stagionale vi offre piacevoli vantaggi, come guadagni aggiuntivi, un maggiore margine e un pacchetto promozionale. Potete ordinare la birra primaverile Feldschlösschen fino alla fine di gennaio dal vostro Sales Manager.

È gradevolmente non filtrata e si fa sempre notare per la sua splendida schiuma cremosa. Varietà di malto selezionate, note che rimandano alla frutta e ai chiodi di garofano, bollicine spumeggianti e l'aroma corposo rendono la birra primaverile Feldschlösschen unica. Combinando sapori lievemente dolci e amaro-gnoli, questa specialità stagionale offre uno straordinario e piacevole refrigerio ed è ideale per le prime giornate di sole.

Tanti vantaggi

La birra primaverile di Feldschlösschen attirerà l'attenzione anche del pubblico più giovane, garantendovi guadagni aggiuntivi e un margine interessante. Inoltre, Feldschlösschen vi attende con un ricco e interessante pacchetto promozionale. Ma i vantaggi della birra primaverile Feldschlösschen non finiscono qui: questa birra è



Con la birra primaverile Feldschlösschen anche i vostri clienti festeggeranno il ritorno della tanto sospirata primavera.

ideale per accompagnare qualsiasi piatto primaverile, dal pollo agli spuntini pomeridiani, fino ai dolci dessert alla frutta.

Voluminoso pacchetto promozionale

Per risvegliare le vostre casse, ordinate la birra primaverile Feldschlösschen fino alla fine di gennaio in esclusiva dal vostro Sales Manager per riceverla entro il 20 marzo. Con un ordine di almeno sei fusti da 20 litri, riceverete un vasto pacchetto promozionale comprendente, fra gli altri, poster, espositori da tavolo, catene di gagliardetti e adesivi per finestre. Dato che la birra primaverile viene prodotta su richiesta e in esclusiva per la ristorazione, non è possibile effettuare ordini supplementari e resi. Avete domande? Rivolgetevi al vostro Sales Manager, sarà lieto di aiutarvi.

Grimbergen Printemps

Anche Grimbergen ha in serbo per voi ristoratori un'interessante birra primaverile: la fresca e fruttata Grimbergen Printemps presenta note che ricordano mele, spezie, zenzero e liquerizia. Ordinando entro fine gennaio dal vostro Sales Manager almeno quattro fusti da 20 litri di Grimbergen Printemps, riceverete un interessante pacchetto promozionale in omaggio.

Disponibile ora dal vostro Sales Manager!



Birra primaverile Feldschlösschen
3.77 CHF al litro
Art. 13095, fusto da 20 litri



Grimbergen Printemps
5.09 CHF al litro
Art. 13174, fusto da 20 litri



Walter Schöb (XD) brinda con Daniel Zemp (Feldschlösschen) nella sua Rheinfelder Bierhalle ad un 2017 pieno di successo.

Walter Schöb della Rheinfelder Bierhalle a Zurigo

«Nonostante tutto sono ottimista per il 2017»

Nella Rheinfelder Bierhalle, Walter Schöb pranza con l'Area Sales Director di Feldschlösschen Daniel Zemp e si concede una birra. I due parlano delle opportunità e dei rischi ai quali andrà incontro la ristorazione nel nuovo anno. L'economista e ristoratore Walter Schöb non ha peli sulla lingua: è convinto che ci troviamo in una congiuntura negativa, ma ci spiega perché, nonostante tutto, è ottimista.

Daniel Zemp: Walter, tu dai grande importanza a tradizione e sostenibilità.

Sbaglio se dico che nella tua Bierhalle l'anno prossimo non cambierà molto?

Walter Schöb: La costanza è una componente importante del mio successo. Un ristorante non deve seguire ogni moda del momento. Io, ad esempio, non seguo la raccomandazione di GastroSuisse e non ho praticamente nessun piatto vegetariano sul mio menu, a parte i piatti tradizionali come spinaci alla panna con uova all'occhio di bue e patate lesse. Però i miei clienti sono contenti.

Oltre ai clienti fissi di Zurigo, da te vengono anche molti turisti.

L'Europa è in crisi, il franco è troppo forte. Con questi presupposti, non credo che avremo orde di turisti europei l'anno prossimo. Però vengono molti cinesi, indiani, coreani del sud. Questi clienti sono in linea di massima più complicati

Rheinfelder Bierhalle

Piatti sostanziosi e a buon mercato, fiumi di birra, un ambiente vivace, frequentato da clienti giovani e meno giovani, molti studenti, persone di passaggio, lavoratori, pensionati e anche funzionari: ecco come si presenta la Rheinfelder Bierhalle tramite il suo sito web. Il locale nell'animatissimo quartiere di Niederdorf è stato aperto nel 1870 ed è dunque una delle birrerie più antiche di Zurigo. La collaborazione con Feldschlösschen è iniziata alla fine del XIX secolo.

La Rheinfelder Bierhalle si trova in una posizione strategica del centro storico zurighese, sulla frequentatissima Niederdorfstrasse. Dalla stazione centrale è raggiungibile a piedi in un paio di minuti. Il locale è conosciuto per i suoi tre ricchi menu del giorno, con minestra. Inoltre si può avere quotidianamente carne di manzo bollita, specialità a base di rösti o chnöpfl fatte in casa o, ancora, il cordon bleu «jumbo-jumbo».

Walter Schöb gestisce la Rheinfelder Bierhalle dal 1989, e dal 1995 è il proprietario della struttura. Si descrive così: «In passato ero un economista, oggi sono un ristoratore dalla punta dei piedi alla punta dei capelli.»

www.rheinfelder.ch

degli europei e hanno spesso meno tempo a disposizione, dato che il pomeriggio vogliono ancora recarsi sul Jungfrauojoch.

E cosa ordinano i clienti asiatici nella Bierhalle?

Gli indiani amano il chicken curry. Io dico loro che non l'abbiamo, così ordinano un altro piatto sostanzioso che abbiamo sul menu. I cinesi amano lo stinco e altre parti del maiale e accompagnano volentieri i pasti con una birra.

Pur avendo molti turisti, non accetti pagamenti con carte di credito. Non ci sono problemi?

No, nessun problema. Se un turista non ha abbastanza contanti con sé, gli indico il bancomat vicino. Non sono d'accordo a pagare almeno il due per cento o più per qualcosa che non mi fa guadagnare. Con l'otto per cento di IVA, sarebbe già il 10 per cento del fatturato che va in fumo.

Parliamo di digitalizzazione: stanno sparendo molti posti di lavoro, no?

Nella ristorazione, per fortuna, l'effetto è più moderato. Ci vuole qualcuno che si occupi degli animali, qualcun altro del macello, e altri ancora che cucinino e servano a tavola. Ma in altri settori il digitale farà sicuramente saltare molti posti di lavoro.

Cosa ti aspetti dal nuovo anno?

All'incirca ogni sette anni attraversiamo una fase di congiuntura negativa: nel 1995 c'è stata la crisi immobiliare, nel 2001 la bolla Internet, nel 2008 la crisi finanziaria e dal 2015, in fondo, la crisi dei profughi e dell'UE. L'economia ha molto a che fare con la psicologia. Anche se lo svizzero tedesco non sta finanziariamente peggio di prima, in tempi di congiuntura negativa risparmia, ad esempio, sui vestiti o sul ristorante, e la ristorazione con clienti prettamente locali ne risente. Una gran parte dei ristoranti vive però di turisti, e anche loro non avranno vita facile nel 2017, a causa del franco forte. È chiaro che toccheremo il fondo pure l'anno prossimo.

Cosa può fare un ristoratore per risalire la china senza troppi danni?

Può ad esempio intervenire di tanto in tanto per cercare di attirare gruppi, o fare delle azioni speciali o, ancora, abbassare i prezzi. Ma bisogna anche tener conto del fatto che minore è il prezzo, maggiore deve essere il margine di profitto. Chi mangia a basso costo contribuisce dunque molto alla creazione di valore. In generale, noi ristoratori dipendiamo però molto da fattori che non possiamo controllare a piacere:

il franco dovrebbe indebolirsi, gli stipendi dovrebbero alzarsi, gli interessi sui libretti di risparmio anche... e l'economia ripartirebbe.

«Tra due anni al massimo saremo usciti da questa congiuntura negativa.»

Quindi, nonostante tutto, guardi con ottimismo al prossimo futuro?

I fattori d'influenza negativi accennati non spariranno, purtroppo, dall'oggi al domani. Molti ristoratori riusciranno nonostante tutto a mantenere stabile il fatturato, anche se stiamo toccando il fondo. E in circa due anni avremo risalito la china. Sì, sono effettivamente ottimista. Da più di 20 anni, con la mia Rheinfelder Bierhalle non ho avuto un solo mese in negativo.

Cosa ti aspetti, data la congiuntura attuale, dal tuo fornitore e partner per le bevande Feldschlösschen per il 2017?

Sono sempre molto soddisfatto dei vostri prodotti, del vostro servizio e delle vostre prestazioni. Vi sono pochissime ditte che, come Feldschlösschen, possono rifornirci quotidianamente. Per l'anno nuovo mi aspetto soltanto che possiate tenere i prezzi stabili malgrado il franco forte.

Riferirò questa richiesta a chi di dovere.

Ma ora ho ancora un'altra domanda: come va il consumo di birra nella tua Bierhalle?

Purtroppo sta calando, e voi della Feldschlösschen siete in parte corresponsabili.

Ah, questa allora me la devi spiegare meglio!

I miei ospiti bevono molta birra lager, che fa venire sete. Da alcuni anni a questa parte però, Feldschlösschen e altre birrerie reclamizzano fortemente le birre speciali. Io non sono certo contrario ad una grande scelta di birre, ma una birra scura ti leva la sete.

Scusa tanto, ma non credo sia giusto. Molti punti vendita che puntano ora sulle birre speciali e che le vendono alla spina hanno potuto aumentare fortemente il loro fatturato. Te lo posso provare con cifre alla mano.

Possibilissimo sia così, ma in una birreria come la mia si applicano altre regole. Nella Rheinfelder Bierhalle la birra lager continua ad essere la preferita.

Anche nel 2017 porteremo nuove birre sul mercato. Sei interessato?

Sì, certo, a me piace provare le novità, lasciarmi sorprendere. Già oggi offro ai miei clienti molto più che le birre lager. La Dunkle Perle ad esempio è molto apprezzata. Vi sono clienti che bevono solo birre scure. E ammetto ben volentieri che la birra natalizia va alla grande anche da noi. Come vedi, seguo anch'io alcune mode, non si può fare diversamente nella ristorazione.



La Rheinfelder Bierhalle si trova nel centro storico di Zurigo.

ÉDITION LIMITÉE

+ L'INTENSITÉ +
D'UNE LÉGENDE



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

PRINTEMPS

Anne-Marie Minder di Hotelleriesuisse

«Abbiamo bisogno di nuovi progetti e idee»

Cosa ha in serbo il 2017 per il settore alberghiero svizzero? E l'associazione come supporterà i membri nell'affrontare le nuove sfide? Anne-Marie Minder, membro del CdA di Hotelleriesuisse e titolare dell'Hotel du Rhône di Sion, confronta l'anno appena iniziato con quello passato, cercando di spingere lo sguardo un po' più in là, nel prossimo futuro.

SETE: Anne-Marie Minder, il 2017 sarà un anno positivo per il settore alberghiero?

Anne Marie-Minder: Direi che sarà come quello passato, cioè segnato da alti e bassi. Non dobbiamo smettere di lottare. Sono passati ormai due anni dalla grave decisione della banca nazionale, ma lo shock non è ancora stato metabolizzato del tutto e il franco continua ad essere forte. Oggi non vengono più tedeschi nel Vallese. E poi la Brexit! Verbier è sul filo del rasoio: i giovani britannici, quelli più attenti ai prezzi, vi passeranno ancora le vacanze invernali?

Negli ultimi anni, fattori incerti come la valuta hanno influito pesantemente sul settore alberghiero. È un settore che di per sé è segnato da una certa insicurezza?

Le condizioni quadro negli ultimi anni sono diventate molto più incerte. Tuttavia, è chiaro che fattori incontrollabili come il meteo hanno da sempre influenzato il settore alberghiero. In questo lavoro bisogna anche essere fatalisti. Però abbiamo anche un vantaggio: viviamo in un Paese particolarmente sicuro.

Il meteo sfugge a ogni controllo. Quali sono le maggiori sfide che possono e debbono essere affrontate?

I cantoni di montagna necessitano di un rinnovamento profondo. Inoltre, la regolamentazione delle successioni è un altro tema importante, perché agli esercizi a conduzione familiare mancano le nuove generazioni. E poi la legge sulla seconda casa: non possiamo più convertire il 50% di hotel remunerativi in seconde case: cosa ce ne facciamo del resto? La stagione è sempre più corta, perché un cliente dovrebbe andare in montagna in novembre? Come facciamo a richiamare nuovamente in Svizzera i tedeschi?

Come risponde a tutte queste domande?

Abbiamo bisogno di nuovi progetti e idee, albergatori e regioni turistiche devono distinguersi dalla massa. Dobbiamo essere innovativi. È questa la soluzione a molti problemi.

In che modo Hotelleriesuisse aiuta i suoi membri ad affrontare queste sfide?

Il lavoro politico acquisisce un'importanza crescente ed è centrale per molti aspetti del nostro settore. Il nostro team che si occupa di attività lobbistica è profondamente radicato nella politica federale e anche il nostro presidente, Andy Züllig, vanta un'ottima rete di contatti. Affrontiamo pubblicamente i problemi, cerchiamo alternative, disponiamo di un ottimo servizio legale e vantiamo un'eccellente classificazione: tutti questi aspetti garantiscono la qualità del nostro operato. E poi cerchiamo di ottenere vantaggi per i membri dai nostri partner principali. Ma non è semplice rispondere a questa domanda...

Cosa intende?

Fanno capo a noi 300 hotel molto diversi fra loro, non è possibile soddisfare tutte le richieste. E, al contempo, è proprio questa varietà il nostro principale punto di forza: i nostri clienti hanno una scelta più ampia.

Fra 50 anni esisterà ancora questa associazione?

Ne sono certa, ma forse sotto un'altra forma. Magari verrà meno il carattere associativo e sarà più un organo di consulenza, anche collegato con altri player come GastroSuisse. Dovrebbe essere un nuovo obiettivo.



Anne-Marie Minder

Per Anne-Marie Minder il 2017 sarà il nono e ultimo anno come membro del CdA di Hotelleriesuisse. Originaria di Glarona, gestisce da 39 anni l'Hotel du Rhône a Sion.

Se potessi esprimere un desiderio per il 2017 sarebbe...

... dedicato a me: salute, perché è alla base di tutto, e successo per i miei amici albergatori.

Il settore alberghiero svizzero è speciale perché...

... siamo poliedrici, innovativi e dinamici, e ci sono molti albergatori giovani e dotati, anche alle prime armi, che lavorano adottando un atteggiamento positivo.

Il bar di un hotel senza birra è come...

... un uccello senza ali. La birra è un must da noi nel Vallese e, naturalmente, la Valaisanne non può mancare.

Scopri l'altro sapore rinfrescante

**Adesso disponibile
nella bottiglia con
tappo meccanico 33 cl**

Apprezzare in
modo responsabile.



Feldschlösschen Braufrisch

Feldschlösschen unisce gli curiosi



Prodotto in Svizzera



Casimir Platzer di GastroSuisse

«Potremmo rafforzarci per le olimpiadi»

Un'iniziativa per i prezzi equi e il sogno delle olimpiadi invernali: Casimir Platzer, presidente di GastroSuisse e albergatore di Kandersteg, guarda motivato al futuro della ristorazione. I settori devono serrare i ranghi e le regioni devono per una volta mettere in secondo piano i propri interessi.

SETE: Casimir Platzer, cosa prevede per la ristorazione nel 2017?

Casimir Platzer: La forza del franco e il turismo gastronomico sono sempre fonte di preoccupazione. La situazione sembra però essersi stabilizzata. Ci dà da pensare il fatto che le regioni si sviluppano in modi molto diversi. Mentre le città se la cavano bene, le aree montuose soffrono parecchio. Questo sviluppo pone grandi sfide a molte regioni, che devono praticamente reinventarsi. Questo richiede urgentemente la cooperazione dei diversi settori. Siamo messi alla prova non solo dagli influssi politici, ma anche dagli sviluppi sociali.

Come vanno affrontate queste sfide?

Abbiamo bisogno di condizioni quadro generalmente migliori e il più possibile favorevoli alle imprese. Con l'iniziativa dei prezzi equi vogliamo dare un segnale. Ulteriori temi importanti sono rappresentati dalla politica sull'immigrazione, dalla lotta contro la carenza di personale qualificato e dalla richiesta di armi pari per tutti i soggetti del mercato (parola chiave: consumo collaborativo).

Parliamo dell'iniziativa sui prezzi equi.

Cosa fa concretamente per la ristorazione?

In Svizzera, molti prodotti costano molto più che nei paesi confinanti. Con dei sovrapprezzi ingiustificati in Svizzera, i gruppi stranieri drenano il potere d'acquisto svizzero e tengono i prezzi artificialmente alti. Con l'iniziativa popolare, le imprese svizzere ricevono una vera libertà d'approvvigionamento, premessa per prezzi al consumo equi. L'iniziativa è portata avanti da un'alleanza vasta e compatta. Questo la rende particolarmente forte e la aiuterà a trionfare.

Guardiamo al prossimo futuro. Quali eventi del prossimo anno la tengono sulle spine?

Tempo, valuta, economia – i fattori decisivi per gli affari del nostro settore sono oggetto di grande attenzione, soprattutto perché non influenzabili da parte nostra. Potremmo però rafforzarci reciprocamente per le olimpiadi invernali. Il nostro paese è predestinato per que-

sta manifestazione, dalla quale trarrebbe molti vantaggi. Sarebbe fantastico se i particolarismi politici regionali potessero essere messi in secondo piano.

In breve: cosa implica per i vostri membri il nuovo CCNL in vigore dal 2017?

I costi del personale hanno un grande impatto sugli esercizi: pertanto, il nuovo CCNL è di grande importanza. Formazione primaria e secondaria saranno sostenute meglio, la prassi di riduzione dei salari minimi durante la fase di introduzione sarà adeguata, il salario minimo sarà aumentato di un moderato 0,3 per cento e i giorni di congedo di paternità pagati passeranno da tre a cinque.

Nel 2016 GastroSuisse ha festeggiato il 125° anniversario: l'associazione esisterà ancora tra 125 anni?

Le premesse sono positive: mangiare, bere e dormire sono bisogni primari dell'uomo. Disponiamo di fondamenta solide e contiamo circa 20000 membri nella ristorazione e nel settore alberghiero. È prevedibile che i ristoratori difendano i propri interessi unitariamente anche tra 125 anni. È però poco probabile che sia ancora io il presidente...



Casimir Platzer

Originario dell'Oberland Bernese, è da due anni presidente di GastroSuisse, nel cui comitato è attivo già dal 1989. A Kandersteg gestisce il Belle Epoque Hotel Victoria.

Se potessi augurarmi qualcosa per il 2017...

... vorrei che riuscissimo a convincere più giovani possibile a scegliere una formazione nella ristorazione. È un presupposto importante per l'immagine e la prosperità del nostro settore.

Il settore alberghiero svizzero è particolare perché...

... è diversificato regionalmente ed eccellente qualitativamente.

Il bar di un hotel senza birra è...

... necessariamente un'enoteca.

Assemblea generale della Hürlimann Bier SA

Progetti al maschile e «HürliUOMO dell'anno» all'insegna del buonumore



Beat Schlatter (presidente del CdA di Hürlimann Bier SA, SX) e Thomas Amstutz (CEO Feldschlösschen, DX) con Jürg Randegger, l'«HürliUOMO dell'anno».

I Centesimi Hürlimann

In occasione della festa del papà 2013, la marca di birra zurighese Hürlimann ha lanciato i Centesimi Hürlimann. La Hürlimann Bier SA, appositamente fondata, è una società per azioni inusuale presieduta dal cabarettista Beat Schlatter. Per ogni birra Hürlimann venduta dalla fondazione della SA, un centesimo confluisce nel fondo Centesimi Hürlimann. Con il denaro vengono sostenuti progetti straordinari nel campo della cultura, dello sport e della cucina, dagli uomini zurighesi per gli uomini zurighesi. Lo scopo della Hürlimann Bier SA, oltre al finanziamento dei progetti maschili, è anche lo scambio sociale tra uomini e la cura dell'ospitalità e della cultura birraia a Zurigo.

www.huerlimann-rappen.ch

Il 10 novembre, alla quarta assemblea generale della Hürlimann Bier SA nella «Volkshaus» zurighese, il cabarettista e moderatore Jürg Randegger è stato nominato «HürliUOMO dell'anno 2016». Il presidente del CdA Beat Schlatter ha illustrato inoltre i progetti maschili che riceveranno un contributo dal fondo Centesimi Hürlimann.

La leggenda del cabaret Jürg Randegger è l'«HürliUOMO dell'anno 2016». Gli azionisti lo hanno incoronato vincitore di questo riconoscimento tra quattro candidati nel quadro dell'assemblea generale del 10 novembre. Le esibizioni di Jürg Randegger con il Cabaret Rotstift hanno fatto ridere per oltre 45 anni Zurigo e tutta la Svizzera. Quale moderatore di oltre 400 trasmissioni televisive, lo zurighese di 81 anni ha fatto appassionare la nazione allo Jass.

Una propria sedia al «Volkshaus»

Dal 2014, la Hürlimann Bier SA premia ogni anno con l'assegnazione di «HürliUOMO dell'anno» un uomo impegnatosi in modo particolare per i propri simili nel Canton Zurigo. Il CdA consegna al vincitore una sedia con il suo nome inciso nel ristorante Volkshaus di Zurigo. I predecessori di Jürg Randegger quale «HürliUOMO dell'anno» sono la leggenda radiofonica Walter Scheibli (2014) e il membro fondatore degli Yello Boris Blank (2015).

Ecco i progetti vincenti:

Gli azionisti presenti all'assemblea generale hanno scelto i progetti maschili che, nel corso dell'anno, riceveranno un contributo dal fondo Centesimi Hürlimann. Perché un progetto riceva il sostegno deve rispettare la finalità della Hürlimann Bier SA (vedi box in basso a sinistra). I seguenti progetti riceveranno un contributo finanziario dal fondo Centesimi Hürlimann:

- **SHAMPOO HÜRLIMANN:** lo shampoo contiene materie prime usate per la produzione della birra Hürlimann.
- **RICETTARIO MENÙ 1:** il ricettario Hürlimann contiene le ricette della ristorazione Hürlimann.
- **COPERTURA DI TATUAGGI:** gli uomini insoddisfatti dei propri tatuaggi (ad esempio il nome dell'ex fidanzata) riceveranno un contributo per i costi per la copertura.
- **CAMPIONATO DI PISTE CARRERA:** i Centesimi Hürlimann sostengono la Swiss Slot Car Racing League.

Martini Höck a Lucerna

Le celebrità della Svizzera centrale brindano alle virtù svizzere

L Martini Höck di Lucerna è un evento tradizionale tenutosi per la 14ª volta a inizio novembre 2016. Circa 300 ospiti del mondo economico, politico, culturale e sportivo hanno risposto all'invito del birrifico Feldschlösschen e si sono ritrovati al Grand Hotel National di Lucerna. All'ingresso sono stati ricevuti da un carro per la birra addobbato per il Natale e accompagnato dagli imponenti cavalli del birrifico.

Birra esclusiva

Thomas Amstutz, nel suo discorso, ha trattato i valori di umanità, rispetto e disponibilità. «Si tratta di componenti importanti delle virtù svizzere, delle quali possiamo essere fieri e alle quali desidero brindare con voi questa sera», ha dichiarato il CEO Feldschlösschen sollevando il suo bicchiere di birra.

Gli ospiti hanno trascorso la serata discutendo e gustando la birra Feldschlösschen prodotta in esclusiva per il Martini Höck di Lucerna.



Markus Wicki (Hirschen, Oberkirch) e Roger Widmer (ristorante 1871, Lucerna).



Gli ospiti in discussione davanti alle cavalli del birrifico godendo una birra alla spina.



Interessanti discussioni al Grand Hotel National di Lucerna.



Beat e Susanne Kaufmann (hotel Bellevue, Sursee) brindano con Patrick Bettler (Sales Manager Feldschlösschen) davanti alle cavalli del birrifico.



Il CEO Feldschlösschen Thomas Amstutz, la regina della lotta Sonia Kälin e il lottatore Benji von Ah (da SX) posano per i fotografi.



L'ex pilota Walter Brun (esercizi Brun) con la moglie Sylvia Zanni.



Una castellana serve la birra fresca a Marco Staubli (Staubli Getränke, Muri), Thomas Amstutz (CEO Feldschlösschen) e Hanspeter e Marco Bösch (Bösch Getränke, Baar).

**PARTECIPATE ALL'ETERNA
DISPUTA SU QUALE HA
IL GUSTO MIGLIORE.**

LA FRESCHEZZA DELLA ZWICKEL, NON FILTRATA
E INDOMITA, LA AMRICH WEIZEN CON LA NOTA DI
ALBICOCCA O LA NOSTRA PALE ALE, PRODOTTA
CON IL MIGLIOR LUPPOLO BRAVO.



FIERI DELLA NOSTRA BIRRA.

Una birra con Gunar Splanemann dell'agenzia Sturm und Drang

«Si tratta di offrire un significato»

Cari ristoratori, cercate il partner giusto! È quanto consiglia Gunar Splanemann dell'agenzia tedesca Sturm und Drang. Il ricercatore chiarirà in questa intervista a SETE quali sono le tendenze e cosa riserva il futuro del settore della ristorazione e della birra.

SETE: Gunar Splanemann, il denominatore comune di tutti i vostri progetti è lo sguardo rivolto al futuro. Come ci riuscite?

Gunar Splanemann: La cosa elettrizzante è che non siamo in grado di prevedere davvero il futuro. Dobbiamo valutare correttamente qui e ora i segnali per sapere cosa ci riserva il futuro.

Quali tendenze intravede interpretando i segnali per la ristorazione? In cosa dovrebbero impegnarsi i ristoratori?

La ristorazione diventerà mobile, cibi e bevande lasceranno i locali e saranno disponibili sempre e ovunque. La cosa è già visibile con il fenomeno dei food truck. La ristorazione va pensata fuori dalle quattro mura. A questo si lega la tendenza della scomparsa dei confini. A New York, ad esempio, esiste una caffetteria di Ralph Lauren che mette insieme moda

e caffè. Tali cooperazioni possono rivelarsi interessanti. Il ristoratore deve valutare cos'è adatto a lui. È possibile cooperare con la macelleria? Sushi e rösti si abbinano? Si tratta di riunire le culture.

In base alla sua esperienza, i ristoratori sono pronti a percorrere questa strada?

I ristoratori top ragionano proprio così! Il «Noma» di Copenaghen ne è un ottimo esempio: questo nuovo progetto punta sulla sostenibilità: tutto ciò che vende questa fattoria urbana è prodotto sul posto. Ciò dimostra che non si tratta solo di consumo, ma di significatività. Si tratta di offrire un significato. Questo vale per tutti i ristoranti e riguarda tutti i settori, compreso il trattamento equo dei collaboratori.

Ci sono altre tendenze?

Il ricordo dei classici è un'importante controtendenza. In un mondo globale è grande il desiderio di autenticità, individualità e semplicità. Questo non deve però significare immobilismo e ripetizione delle stesse cose per decenni. Si tratta piuttosto di creare un legame con gli alimenti, di mostrare da dove provengono – locale si sostituisce a biologico. Molti ricordano ancora il buon mondo di una volta, comprensibile e interpretabile. Questo rende molto desiderato il cibo casalingo reinterpretato in chiave moderna. Di questo fa parte anche la tendenza «Nose to Tail», che punta a utilizzare tutto dell'animale.

Il pop-up è attualmente molto gettonato. Cosa indica questo?

Il cliente vuole fare una nuova esperienza o scoprire nuovi gusti ogni paio di settimane – si tratta di rinnovarsi costantemente. L'orizzonte delle esperienze viene esteso, non si tratta più solo di gustare una birra, ma di stimolare tutti i sensi.

A proposito di birra: cosa seguirà la tendenza delle birre artigianali?

La tendenza anima tutto il settore e non sparirà, ma si differenzierà. Si abbinano mondi nuovissimi. È possibile pensare di unire birra e caffè? Vi sono molti nuovi prodotti ribelli con ricette radicali, i cui inventori non si preoccupano certo del decreto di purezza, ma infrangono deliberatamente le regole per farsi notare. Conosce ad esempio la prima birra prodotta basandosi sui dati? Brewedbydata.com è un sito da visitare. I dati sono una tendenza importante ancora non citata. Grazie ai dati possiamo conoscere i consumatori.

Oggi viene messo in discussione ciò che era dato per certo. Cosa consiglia a tutti i ristoratori?

Ognuno deve chiedersi cosa rappresenta e cosa legittima la sua esistenza. Si deve avere la forza di rompere gli schemi esistenti e mettere in discussione i modelli d'affari. Un esempio che conosciamo tutti: cosa succederebbe se tutte le case del mondo diventassero hotel? Airbnb. E se tutti diventassero tassisti? Forse in futuro tutti potranno essere ristoratori o birrai.



*Gunar Splanemann,
Director of Innovation
Strategy, offre consulenza
alle imprese che vogliono
innovare.*



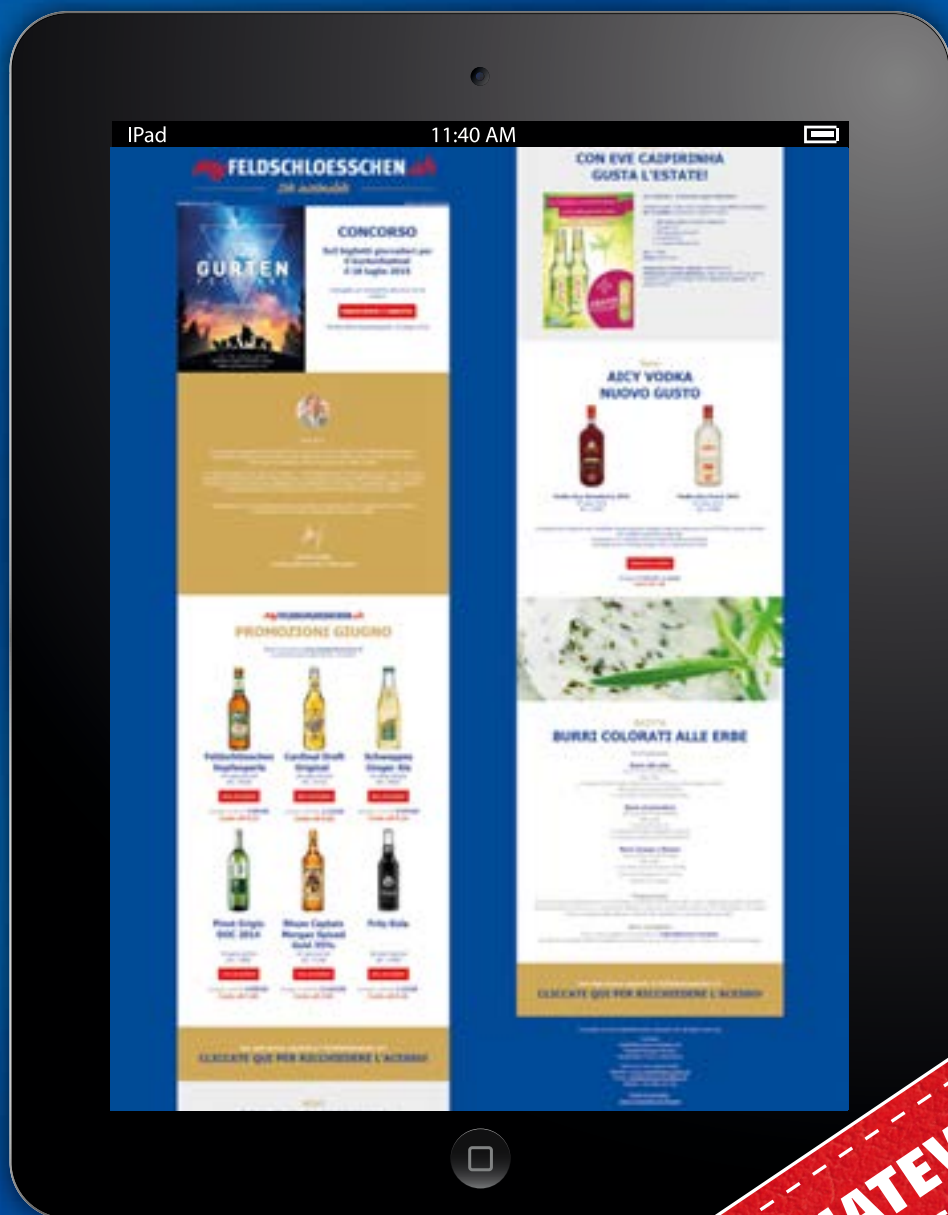
NEWSLETTER

MyFELDSCHLOESSCHEN.ch

Sete incolmabile

Come clienti gastronomici beneficiate in esclusiva di:

- Offerte attraenti
- Tendenze attuali
- Novità sui prodotti
- Fantastici concorsi
- Consigli utili
- Ispirazioni culinarie



ABBONATEVI SUBITO!
www.myfeldschloessen.ch



In palio:

5 × 2 biglietti VIP: lasciatevi ammaliare da Art on Ice in loggia!



Anche nel 2017 Art on Ice propone degli spettacoli dinamici e variopinti.

Art on Ice 2017: il ritorno di Sarah Meier

Dopo Art on Ice 2015, Sarah Meier aveva detto addio al pattinaggio su ghiaccio professionale. Quando le è stato chiesto se ne era convinta, la campionessa d'Europa 2011 ha risposto: «Sì, a meno che nei prossimi anni James Morrison non sia la guest star di Art on Ice.» Dal 2 al 5 febbraio 2017 il cantante britannico sarà la guest star di Art on Ice e Sarah Meier tornerà sui pattini.

Posti in loggia esclusivi

Potrete gustarvi lo spettacolo dal vivo all'Hallenstadion di Zurigo nella loggia esclusiva, da cui godrete di un'ottima vista e di un catering squisito. SETE mette in palio 5×2 posti in loggia per lo spettacolo di sabato 4 febbraio. Risolvete il quiz su questa pagina e, con un po' di fortuna, potrete trascorrere una serata indimenticabile a Zurigo.

Sapete cosa ha in serbo per voi il 2017? Allora questo quiz sarà un gioco da ragazzi. Le lettere corrispondenti alle risposte corrette forniranno la soluzione.

1. Cosa festeggia la Svizzera il 28 aprile 2017?

- B** la Giornata del latte svizzero
- C** la Giornata della birra svizzera
- U** la Giornata della cioccolata svizzera

3. Quale grande anniversario si celebra nel 2017?

- A** I 500 anni della Riforma
- N** I 1500 anni di Islam
- T** I 2000 anni di Cattolicesimo

5. Quale festività cade il 17 aprile 2017?

- I** Ognissanti
- O** Halloween
- T** Pasquetta

2. Nel 2017 quale Paese dovrà eleggere il nuovo parlamento?

- R** Germania
- O** Svizzera
- A** Italia

4. Quale film del 1987 è ambientato nel 2017?

- T** Il cielo sopra Berlino
- O** Predator
- F** L'implacabile

6. Qual è stato il successo dell'estate 1987 del gruppo «Los Lobos»?

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

Soluzione: _____

Inviare la soluzione e i vostri dati via fax allo 058 123 42 80 o via e-mail a durst@fgg.ch.

Termine ultimo di spedizione:

10 gennaio 2017

I vincitori di novembre 2016

Hanno vinto un impianto di spillatura mobile Select 10 ciascuno per l'amata Feldschlösschen Hopfenperle o la corposa Cardinal Spéciale del valore di 290 franchi l'uno **Roman Koller** (Balterswil), **Manuela e Stéphan Gerber** (Tea-Room Le Gottau, Saint-Aubin) e **Serge Gremion** (Chamblon). Congratulazioni!

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

Lukas Roduner del ristorante Schwendelberg

Ecco come myfeldschloesschen.ch semplifica la vita ai ristoratori

La comodità di ordinare con un paio di clic sempre e comunque, visualizzare statistiche, creare le divise per il personale, trovare nuovi prodotti, beneficiare delle azioni e tanto altro: per Lukas Roduner, myfeldschloesschen.ch è diventato indispensabile. Il gestore del ristorante Schwendelberg racconta come utilizza myfeldschloesschen.ch e svela che tiene ancora ai contatti personali in quest'epoca digitalizzata.

È prima mattina nel ristorante Schwendelberg di Horw. Sopra al Lago dei Quattro Cantoni, Lukas Roduner è seduto davanti al laptop. Gli occorrono nuove divise invernali per la sua dipendente, Lili Santos. Su myfeldschloesschen.ch sceglie il colore, la taglia e i loghi che applicherà alla giacca. «Un paio di clic», afferma il ristoratore, «e la giacca è ordinata.»

Oltre alle divise, Lukas Roduner ordina anche tutte le bevande online. «Noi ristoratori siamo lavoratori atipici. Spesso abbiamo tempo per gli ordini quando nessuno è reperibile. Dato che myfeldschloesschen.ch è accessibile in qualsiasi momento, questa piattaforma ci semplifica enormemente il lavoro. Ho inoltrato degli ordini anche durante le ferie, con lo smartphone.»

Un catalogo completo

Da sette anni, Lukas Roduner gestisce lo Schwendelberg. Molti clienti lo chiamano «il guardiano del rifugio». A quanto pare anche a questi «guardiani» è giunta voce dei vantaggi del mondo digitale. «Su myfeldschloesschen.ch non ordino solo la merce», afferma il gestore, originario di Hinwil; «sulla piattaforma consulto anche elenchi e statistiche. Così ho sempre una panoramica di quello che è successo negli ultimi mesi e settimane.»

Utilizza Internet anche per informarsi dei nuovi prodotti, materiali promozionali e azioni. «Considero myfeldschloesschen.ch il catalogo completo del mio partner per le bevande. Oltre a ordinare bevande e divise, questo portale mi offre inoltre la possibilità, fra l'altro, di creare e personalizzare per il mio locale carte delle birre e poster. È un vantaggio enorme per molti ristoratori.»

Contatti personali

Lukas Roduner parla con il Sales Manager Frank Kanschat dei vantaggi offerti da myfeldschloesschen.ch. «I contatti personali sono importanti anche nell'era digitale», afferma convinto. Per i ristoratori, infatti, i contatti per-



Lukas Roduner (SX) mostra a Lili Santos e Frank Kanschat la giacca che ha ordinato online.

sonali sono l'ABC del proprio lavoro. «Le piattaforme online come myfeldschloesschen.ch non possono sostituire il contatto umano. Il loro scopo è piuttosto integrarlo in maniera intelligente. Solo così possono rivelarsi uno strumento prezioso.»

Chat senza attese

Ma i contatti personali sono possibili anche online. «Ho utilizzato anche la chat. Fortunatamente su myfeldschloesschen.ch non ci sono attese, in pochi secondi ci si collega con una persona competente del servizio vendite telefoniche», racconta Lukas Roduner. Buono a sapersi, «perché gli utenti esperti di una piattaforma online possono riscontrare dei problemi».

Basta carta

Frank Kanschat è d'accordo col cliente: «La chat è fantastica. Proprio come la piattaforma, viene utilizzata soprattutto dai ristoratori più giovani, mentre gli osti più attempati preferiscono lavorare alla vecchia maniera.» «Il guardiano del rifugio» Lukas Roduner risponde con slancio giovanile: «Ordinare per telefono? Neanche per sogno! Da quando abbiamo la piattaforma per la ristorazione, con Feldschlösschen ho eliminato la carta... a parte SETE, che continuo a sfogliare con piacere.»

www.schwendelberg.ch

SWISS PREMIUM SELECTION

NUOVO PER
LA GASTRONOMIA
RAFFINATA
E SETTORE
ALBERGHIERO.



SIMPATICA. CONVENIENTE. AUTENTICA.

WWW.SWISS-PREMIUM-SELECTION.CH



Swissness da Feldschlösschen: nel maggior birrificio svizzero la birra svizzera viene naturalmente prodotta anche nel rispetto della nuova legge.

Nuova legge «Swissness»

La birra svizzera resta svizzera

Nel 2017 entrerà in vigore la nuova legge «Swissness». L'indignazione del settore birraio è stata finalmente presa in considerazione: l'acqua è una componente fondamentale della birra, nonché una sua «caratteristica sostanziale». Se la birra viene prodotta in Svizzera con acqua locale, allora potrà essere pubblicizzata come birra svizzera.

La Svizzera è un marchio stimato in tutto il mondo, sinonimo di qualità e valore. Di conseguenza, i consumatori sono disposti a spendere qualcosa di più per i prodotti svizzeri. Il grande prestigio dell'essenza svizzera richiama però da sempre anche i contraffattori del marchio. Ecco allora che, ad esempio, un'azienda giapponese ha commercializzato un latticino prodotto in Giappone chiamandolo «Swiss Caramel Cafe Latte», con tanto di croce svizzera sulla confezione.

Almeno per l'80% di origine svizzera

Finora, la denominazione d'origine svizzera non era protetta dalla pubblicità scorretta e dagli abusi. Con la nuova legge «Swissness» le cose dovrebbero cambiare. Se un prodotto viene presentato come svizzero, dovrà rispettare delle severe condizioni.

Nel caso dei generi alimentari, le materie prime sono determinanti: il prodotto deve essere composto da almeno l'80% di materie prime svizzere, acqua esclusa. Fanno eccezione le bevande per le quali l'acqua è una caratteristi-

ca sostanziale e non viene utilizzata solo come diluente. Ne sono un esempio l'acqua naturale e aromatizzata e la birra, a differenza delle bevande a base di succhi di frutta o latte.

Panico per i birrai svizzeri

La nuova legge «Swissness» stava per fare fuori le birre svizzere. Dato che il Consiglio federale voleva evitare che tutte le bevande contenenti molta acqua svizzera venissero presentate come bevande svizzere (ad es. i succhi di mela prodotti con mele estere), l'acqua non doveva essere considerata una materia prima, ad eccezione dell'acqua minerale e di fonte.

L'indignazione del settore birraio non ha tardato a farsi sentire, dato che la birra è composta per il 90% da acqua. A parte il fatto che la Svizzera non dispone di grandi coltivazioni di orzo per la produzione di birra e che si trova solo una malteria, nella Svizzera romanda, motivo per cui occorre rifornirsi in UE, nessuna birra svizzera sarebbe riuscita a rispettare la regola dell'80%. Fortunatamente, la critica non è rimasta inascoltata. Il Consiglio federale ha pun-

tualizzato le norme, aggiungendo l'espressione «caratteristica sostanziale»: i birrai svizzeri possono così continuare a pubblicizzare l'origine svizzera dei loro prodotti, purché la birra venga prodotta in Svizzera con acqua locale.

La croce svizzera può rimanere

La risoluzione del Consiglio è fondamentale non solo per Feldschlösschen, da generazioni il più grande marchio di birra nazionale. La croce svizzera viene apposta su numerose confezioni ed etichette di birre nazionali e regionali. Inoltre, la «Valaisanne» può continuare a chiamarsi così, poiché anche le indicazioni d'origine regionali devono rispettare le disposizioni della legge «Swissness», che non si applica solo ai ristoratori. A seconda dei prodotti, la complicata regola dell'80% deve sempre essere rispettata. Se non si è sicuri di pubblicizzare correttamente la «salsiccia bernese» o il «müsli svizzero» sul proprio menù, è bene rivolgersi all'Istituto federale della proprietà intellettuale.

www.ige.ch/swissness


Queen's

PRESENTA

THE FAMILY



0.99
CHF PER LITRO*

**LE NUOVE BEVANDE DISSETANTI
IN SEI DIVERSE VARIETÀ, IN BOTTIGLIE DI 1.5L,
CON UN OTTIMO RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO
PER LA RISTORAZIONE SVIZZERA.**

WWW.QUEENS.CH

*LISTINO PREZZI GASTRONOMIA / FORNITURA DIRETTAMENTE DAL FELDSCHLÖSSCHEN BIBITE SA



Ristorante Seeblick

Magia natalizia sull'idilliaco Burgäschisee

Da cinque anni, Evi Schweizer gestisce sull'idilliaco Burgäschisee il ristorante Seeblick, con terrazza lacustre, lounge e spiaggia attrezzata. Da un anno ha scelto Feldschlösschen quale partner per le bevande. Originaria del Vallese, loda la «consulenza eccellente» e dice di aver realizzato una carta dei vini molto amata dai clienti grazie all'assortimento di «The Bottle».

«I clienti dovrebbero percepire il genio della casa»

Il partner per le bevande è nuovo. Le splendide decorazioni natalizie del «Seeblick» sono invece arcinote. Evi Schweizer: «Il mio obiettivo è ricreare all'interno l'atmosfera della natura. Mi sta a cuore che i clienti percepiscano il genio della casa.»

La ristoratrice decora il suo locale premiato con il «Pesce d'Oro» con amore e passione nel corso di tutto l'anno. «Qui sul Burgäschisee le stagioni si vivono molto intensamente. I clienti apprezzano il fatto che io riproduca all'interno le diverse atmosfere.»

www.seeblickburgaeschi.ch



Atmosfera natalizia sul Burgäschisee nel Canton Soletta.

Bar Boomerang a Jona

Stile di vita australiano nel cuore della Svizzera



Manu Rigamonti nel suo bar Boomerang.

Da quasi sei anni, Manuel Rigamonti gestisce il bar Boomerang a Jona, dopo aver lavorato nel campo degli eventi. Eventi che organizza anche al bar Boomerang con regolarità: le sere dei fine settimana vedono alternarsi DJ e musica dal vivo. Ciò che i clienti amano del «Boomerang» è lo stile di vita australiano, dice Manu Rigamonti: «Volevamo riprodurre in Svizzera la vita dell'outback e lo spirito australiano. Chi è stato già in Australia può identificarsi con questo bar.»

Grande offerta di birre

La scorsa estate Manu Rigamonti ha fatto costruire una terrazza e un nuovo palco per ballare. Un'altra novità è il partenariato con Feld-

schlösschen. Per il passaggio al più grande birrifico svizzero è stata decisiva «l'enorme offerta di birre», come dichiara il gestore del «Boomerang», che aggiunge: «Volevamo proporre la varietà ai nostri clienti, includendo anche specialità come Valaisanne Bière de Cave o Brooklyn.»

L'amore per Corona

Le birre più consumate sono Feldschlösschen Original, Feldschlösschen Braufrisch, Hürliemann e Corona – cosa che fa molto felice Manu Rigamonti. Il ristoratore ama la birra messicana: «È rinfrescante e il suo brand è uno schianto.»

www.boomerangbar.ch



Hans-Peter Drexler, Braumeister



TAP7 Mein Original 

C'è sempre un'alternativa.
Ma soltanto un originale.

SPEZIELL
WIE
LEBEN

Oroscopo della birra 2017

Ad ogni segno la sua birra

A tarda sera, mossa da una particolare euforia, la redazione di SETE ha volto lo sguardo alle stelle, che le hanno rivelato l'oroscopo della birra per il 2017. Leggete perché la Valaisanne Ämrich Weizen è perfetta per lo Scorpione, perché i Gemelli dovrebbero optare per una Brooklyn Lager e quali sono le birre ideali per gli altri segni.



Ariete

21 marzo – 20 aprile

Birra primaverile Feldschlösschen

L'Ariete viene alla luce in primavera, la stagione della rinascita. È un segno dinamico, con lo sguardo sempre rivolto al futuro. Nel 2017 Urano e Saturno gli regaleranno ancora più forza. La birra primaverile Feldschlösschen è ideale per le prime giornate di sole e l'impulso creativo dell'Ariete.



Cancro

22 giugno – 22 luglio

Schneider Weisse Aventinus

Un guscio duro che racchiude un cuore tenero: il Cancro è sensibile ma difficile da conquistare. Le stelle prevedono un 2017 sulle montagne russe per questo segno, per cui la Schneider Weisse Aventinus pare proprio la birra ideale: la prima doppelbock di frumento bavarese è impetuosa ma bilanciata.



Bilancia

24 settembre – 23 ottobre

Smithwick's Irish Ale

Nel 2017, nella sua ricerca di armonia e pace, la Bilancia, sempre diplomatica, può contare sull'aiuto di Giove. La Smithwick's porta ulteriore tranquillità nella sua vita. La Irish Ale ha un titolo alcolometrico di appena il 3,8% ma è particolarmente frizzante ed è una birra speciale per veri intenditori.



Capricorno

22 dicembre – 20 gennaio

Feldschlösschen Original

Il Capricorno percorre la sua strada verso il successo senza mai inciampare. I suoi passi sono ben ponderati e intrepidi. Il forte legame con la sua terra lo rende un segno perfetto per la Feldschlösschen Original. Nel 2017 questa birra classica lo aiuterà a non perdersi, neanche quando Urano giocherà la carta dell'inquietudine.



Toro

21 aprile – 21 maggio

Feldschlösschen Premium

Il Toro è un viveur dalle mani bucate. Nel 2017 Nettuno rimpolperà le sue finanze e potrà quindi festeggiare con una birra esclusiva. La Feldschlösschen Premium soddisferà il suo palato raffinato, soprattutto in autunno al Festival del film di Zurigo.



Leone

23 luglio – 22 agosto

Corona Extra

Il 2017 sarà un ottimo anno per il Leone, sostenuto da Saturno, Giove e Urano. Questo segno adora stare sotto le luci della ribalta, dove fa sfoggio di tutto il suo fascino. Con un sorriso radioso sul viso e una Corona Extra in mano, quest'anno il Leone conquisterà il mondo nelle calde serate estive.



Scorpione

24 ottobre – 22 novembre

Valaisanne Ämrich Weizen

Lo Scorpione è orgoglioso, battagliero e unico come la Valaisanne Ämrich Weizen. Questo segno gradirà il delicato aroma di albicocche della prima birra weizen vallesana soprattutto a fine anno, quando Giove gli donerà quello slancio in più per sfidare il prossimo con il suo pungiglione velenoso.



Acquario

21 gennaio – 19 febbraio

Valaisanne Pale Ale

Tutto ciò che è un po' fuori dal comune attira inesorabilmente l'Acquario. Nel 2017, questo segno visionario, con l'aiuto di Mercurio, scoprirà la Valaisanne Pale Ale. Il luppolo Bravo conferisce a questa Single Hop Pale Ale un gusto davvero unico, con lievi aromi di malto tostato accompagnati da delicate note di frutta secca e mandarino.



Gemelli

22 maggio – 21 giugno

Brooklyn Lager

Come i Gemelli, anche la Brooklyn Lager ha due volti. Questa birra artigianale di New York è sostanziosa ma digeribile, e offre ai Gemelli la varietà di cui hanno bisogno. Spalleggiati dalla forza di Urano, dopo aver sorseggiato una Brooklyn Lager, nel 2017 per i Gemelli sarà ancora più facile fare nuove amicizie.



Vergine

23 agosto – 23 settembre

Guinness West Indies Porter

Forte e con i piedi ben saldi per terra: la Guinness West Indies Porter è un'esperienza, proprio come la Vergine. Nessun dettaglio le sfugge, riflette su Dio e sul mondo. Quando il sole, nella seconda metà dell'anno, attenuerà leggermente la sua brama di perfezione, potrà finalmente rilassarsi con una Porter maltata.



Sagittario

23 novembre – 21 dicembre

Grimbergen Rouge

Essendo un segno di fuoco, il Sagittario è avventuroso, indipendente e ottimista. In quanto a vitalità, se la intende bene con la Grimbergen Rouge. Con la red ale belga all'aroma di fregola, il Sagittario può trarre il meglio dai mesi estivi, quanto Marte gli farà volare le farfalle nello stomaco.



Pesci

20 febbraio – 20 marzo

Greene King IPA

All'inizio dell'anno, grazie a Marte e Venere, la vita a due dei Pesci sarà molto appagante. I nativi del segno potranno brindare alla loro fortuna in amore con una Greene King IPA. Questa India Pale Ale è difficile da capire, proprio come i Pesci: presenta una concentrazione alcolica di appena il 3,6% in volume ma offre un'esperienza sensoriale senza eguali.

La magia delle feste al ristorante Feldschlösschen

Luppolo e anatra tradizionale per un menù natalizio tradizionale rivisitato

Questo menù natalizio del ristorante Feldschlösschen di Rheinfelden è tradizionale e moderno al tempo stesso: con il classico petto d'anatra, lo chef Michael Kratz propone un condimento originale a base di luppolo e gnocchi di patate inediti. Lo chef, appassionato di birra, consiglia di accompagnare il piatto con una birra natalizia Feldschlösschen appena spillata.



Michael Kratz presenta il menu natalizio, mentre la sua collega spilla la birra natalizia Feldschlösschen che si abbina così bene.

L luppolo gioca un ruolo da protagonista fin dall'antipasto: lo chef Michael Kratz lo utilizza per creare un condimento casereccio per l'insalata di formetino (v. ricetta sotto) e afferma che «i buongustai apprezzeranno il luppolo, che conferisce quel tocco in più a questa insalata».

Come piatto principale viene servito il petto d'anatra arrosto con verza alla panna, un classico di Natale. Ma anche qui Michael Kratz anima la tradizione con un tocco moderno. All'interno degli gnocchi di patate serviti come contorno troviamo i crostini di brezel alla birra, che ne esaltano l'aroma.

Michael Kratz consiglia di abbinare il piatto alla birra natalizia Feldschlösschen. Il sapore di questa specialità stagionale si sposa bene con il petto d'anatra.

Tante cene di Natale

Il ristorante Feldschlösschen, situato presso il birrificio, ospita varie cene di Natale. Il menù con il petto d'anatra e l'insalata di formetino con condimento al luppolo costa 56.50 franchi ed è la più economica delle tre proposte ideate da Michael Kratz per il periodo natalizio. Completa il menù di tre portate una mousse di vin brûlé con gelato alla cannella.

www.feldschloesschen-restaurant.ch

Ingredienti

Condimento al luppolo (7l)

1,2l	birra
60g	sale
220g	zucchero
6g	pepe
10g	aglio
650g	senape grossolana
400g	senape di Digione
5g	pellet di luppolo
3,2l	olio
1,2l	aceto
0,4l	acqua

Ricetta

Mescolare la birra con sale, zucchero, pepe e aglio e frullare grossolanamente. Aggiungere la senape grossolana e quella di Digione e frullare. Fare bollire i pellet di luppolo in acqua e aggiungerli al composto. Continuando a frullare, aggiungere olio, aceto e acqua.





Agenda di gennaio

7&8

Coppa del mondo di sci (slalom e slalom gigante) sulla Chuenisbärgli (Adelboden) con il partner della ristorazione Carlsberg.
www.weltcup-adelboden.ch

13-15

Coppa del mondo di sci (combinata, discesa libera e slalom) sulla Lauberhorn (Wengen) con il partner della ristorazione Carlsberg.
www.lauberhorn.ch

19-21

«Arosa IceSnowFootball», mondiali non ufficiali di calcio sulla neve ad Arosa, con ex campioni.
www.arosa.ch

Nel prossimo SETE

Feldschlösschen unisce gli sportivi: nel SETE di febbraio leggerete come e perché il maggior birrificio svizzero si impegna nello sport svizzero.

Abbonamento a SETE

Avete sete di informazioni sulla ristorazione? Allora ordinate SETE...

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

... al telefono: **0848 125 000**

... online: www.durstzeitung.ch

Uno sguardo dietro le quinte



Bernd Steinrücken

Senior Insights Manager

Da dodici anni con Feldschlösschen

Mi occupo di ricerche di mercato. Tramite sondaggi su vasta scala o piccole tavole rotonde, testiamo i nuovi prodotti e progetti tra i consumatori. Studiamo la soddisfazione dei clienti o effettuiamo piccole indagini sul grado di gradimento di SETE. Dalle ultime ricerche è emerso che l'80% dei lettori considera SETE molto buono e il 92% vorrebbe continuare a riceverlo. Per staccare dai numeri e fatti che gestisco quotidianamente per lavoro, nel tempo libero gioco a badminton e d'inverno pratico anche lo sci di fondo.

TRADITION MEETS REINVENTION




ESTD 1759
GUINNESS
MADE OF MORE



Johnnie Walker
THE BREWERS PROJECT
ST. JAMES'S GATE, DUBLIN