

Suisse

Feldschlösschen fête ses 125 ans cet automne... avec une grande promotion à mi-septembre, offrant le verre de Feld' à Fr. 1.25 dans certains établissements.

Le groupe Feldschlösschen, appartenant maintenant à Carlsberg, a par ailleurs **supprimé 150 places de travail** au début de l'été. La production n'a pas été touchée, les suppressions se concentrant sur le réseau de distribution et le personnel administratif. La production chez Cardinal à Fribourg n'est donc pas menacée.

D'ailleurs, la campagne d'affiches et d'annonces **Cardinal** continue à plein rendement, incluant quelques énormités telles que « **Une bière n'étaie pas sa culture** ». Bravo, c'est pas encore ça qui va changer les mentalités...

On voit d'ailleurs commencer ces temps-ci une grande campagne Carlsberg, avec leur inusable slogan « *Probably the best beer in the world* », un slogan pour le moins, euh... imprudent, dirions-nous.

Carlsberg a aussi lancé sur le marché suisse la boisson énergétique *Battery*, marque appartenant à sa filiale Finlandaise Synebrychoff. Par contre, toujours aucun signe du Koff Porter de Synebrychoff, sur le marché Suisse, ou alors des porters baltiques de Wiibroe et Carlsberg !

Toujours plus bas ! Après Egger et son *Eggerli* l'an dernier, l'autre brasserie familiale Bernoise, **Felsenau**, se lance elle aussi dans la bière à taux d'alcool réduit. A 2.9%, avec de l'avoine et du seigle, pour lui donner un peu plus de corps, la **Schümli** se défend pas mal du tout au palais, restant sans doute plus typée que bien des lagers de masse, et biologique, de surcroît ! L'étiquette, assez réussie, poursuit dans le design rétro doucement kitsch inauguré par la *Berner Müntschi*. **Les Faiseurs de Bière**, brassant toujours sur

Schweiz

Feldschlösschen wird diesen Herbst 125 Jahre alt ... mit einer grossen Werbekampagne Mitte September, innerhalb derer das Glas Feldschlösschen in gewissen Etablissements zu Fr. 1.25 angeboten wird.

Die Feldschlösschen-Gruppe, die seit einiger Zeit Carlsberg gehört, hat nebenbei zu Beginn des Sommers **150 Arbeitsplätze gestrichen**. Die Produktion ist davon nicht betroffen, die Personalsparungen fanden im Verteilerbereich und beim administrativen Personal statt. Die Produktion von Cardinal in Fribourg ist demnach nicht betroffen.

Weiter wird die Inserate und Plakatkampagne von **Cardinal** volle Kanne fortgesetzt, was einige Monstrositäten wie „une bière n'étaie pas sa culture“ („**ein Bier hängt seine Bildung nicht gross raus**“) beinhaltet. Bravo, das wird sicher auch nichts dazu beitragen, gewisse Vorurteile zu ändern ...!

Man sieht ausserdem zur Zeit eine grosse Kampagne von Carlsberg laufen, die ihren unbrauchbaren Slogan „*Probably the best beer in the world*“ aufführt, ein Slogan, der, ääääääh, sagen wir mal unvorsichtig ist.

Carlsberg hat auch ein Energy-Getränk namens *Battery* auf den Markt geworfen, eine Marke, die der finnischen Filiale *Synebrychoff* gehört. Es gibt hingegen immer noch kein Zeichen dafür, dass das *Koff Porter* des gleichen Hauses - oder die baltischen Porter von Carlsberg - auf den Schweizer Markt gelangen wird!

Gerstenkurier Nr. 26 — Herbst 2001

Immer tiefer ! Nach Egger und seinem *Eggerli* letztes Jahr ist es an der Reihe von der anderen familiengeführten Berner Brauerei, **Felsenau**, ein alkoholreduziertes Bier zu produzieren. Mit 2,9% mit Hafer und Roggen, um ihm mehr Körper zu verleihen präsentiert sich das **Schümli** dem Gaumen gar nicht schlecht, da es sicher mehr Charakter hat als die ganzen „Massen-Lager“. Zudem ist es auch noch biologisch! Das recht gut gelungene Etikette verfolgt die leicht kitschige Retro-Linie, die mit dem *Berner Müntschli* erstmals eingeschlagen wurde.

Les Faiseurs de Bière, die immer noch mit dem ehemaligen Braugeräten der ABO benutzen, haben nach dem *Safranée* dieses Frühlings (blondes Bier mit ... Safran, ein Gedicht mit Fisch, Terrinnen und Pâtés!) ein Bier namens *Messidor* herausgebracht, ein Bier mit Weizen und Koriander, unfiltriert, mit einer Bitterkeit die respektabel ist! Für den Herbst steht hingegen ein **Umszug** auf dem Programm ...! Sido und Titof haben das Shadok's Café Mitte September verlassen und haben sich ganz in der Nähe des Bahnhofs von Renens eingerichtet. **Die neue Adresse: Tir-Fédéral 4, 1022 Chavannes-près-Renens**. Geht sie doch in ihren neuen Räumlichkeiten besuchen. Diese erlauben es endlich, den Besuchern die Installationen und deren betrieb zu zeigen.

Auf der Seite der Importeure

l'ancien matériel ABO, après la *Safranée* de ce printemps (bière blonde au ...safran, un délice avec poissons, terrines et pâtés !), ont sorti cet été la *Messidor*, une blonde au froment et coriandre, non filtrée, avec une amertume tout à fait respectable ! Pour l'automne, le planning prévoit, euh... **un déménagement !**

En effet, Sido et Titof ont quitté le Shadok's Café à mi-septembre, pour aller s'installer tout près de la gare de Renens. **Nouvelle adresse : Tir-Fédéral 4, 1022 Chavannes-Près-Renens**. Allez les retrouver dans leurs nouveaux locaux, qui permettront enfin aux visiteurs de voir l'installation en fonctionnement.

Du côté des importateurs, la présence sur Internet s'étoffe encore. Après Amstein (<http://www.amstein.ch>) à Saint-Légier, Wittich (<http://www.wittich-weine.ch>) à Olten, Artisanales Bières Belges (<http://www.bieremyst.ch>) à Lonay et Ausländische Biere (<http://www.auslaendischebiere.ch/>) à Arlesheim, c'est **le S'Quat à Bières** à Yverdon qui a lancé son site web sous l'adresse <http://www.squat-a-bieres.ch>. En comparaison, par exemple, avec la France, la situation suisse est tout à fait excellente, rendant relativement facile les contacts entre consommateurs et importateurs, avec une offre qui a une nette tendance à s'étoffer.

Beurk. Les alcopops font un retour en force sur le marché Suisse. Vous avez certainement vu se multiplier les bouteilles de *Smirnoff Ice* dans les bars près de chez vous, et *Hooch*, marque du groupe Bass, qui avait disparu du marché Suisse, est de retour. Pourtant la recette est toujours la même : un taux d'alcool moyen (entre 5 et 6%), soigneusement camouflé sous des tonnes de sucre, et un marketing tourné vers un public très jeune, pas toujours en âge de consommer de l'alcool, d'ailleurs...

Courrier de l'Orge n° 26— Automne 2001

wird die Internetpräsenz weiter ausgebaut. Nach Amstein (www.amstein.ch) in St-Légier, Wittich (www.wittich-weine.ch) in Olten, Artisanales Bières Belges (www.bieremyst.ch) in Lonay und Ausländische Biere (www.auslaendischebiere.ch) in Arlesheim ist es **Le S'Quat à Bières** in Yverdon, die ihre Webpage aufgeschaltet hat (www.squat-a-bieres.ch). Im Vergleich etwa zu Frankreich ist damit die Situation in der Schweiz geradezu exzellent, da es relativ einfach wird, die Kontakte zwischen Importeuren und den Konsumenten zu fördern, während so auch laufend das Angebot verbessert wird.

Bäh! Die Alkopops sind in der Schweiz wieder stark am Kommen. Ihr habt sicher die vielen Flaschen *Smirnoff Ice* gesehen, die sich in den Bars in Eurer Nähe vermehren. Auch *Hooch*, Marke der Gruppe Bass, welches kurzzeitig vom schweizerischen Markt verschwunden war, ist wieder da. Das Rezept ist immer das gleiche: ein mittlerer Alkoholgehalt (5 bis 6%), sorgfältig versteckt unter Tonnen von Zucker und ein Marketing, das sich in erster Linie an ein sehr junges Publikum richtet, das, nebenbei gesagt, auch nicht ganz das Alter erreicht hat, mit dem man legal Alkohol trinken darf ... [LM]