



Communiqué de presse

Rheinfelden, le 1er septembre 2026

Nouvelle identité visuelle pour une icône brassicole suisse

À l'occasion de son 150e anniversaire, Feldschlösschen ouvre un nouveau chapitre de son histoire. La marque de bière la plus appréciée de Suisse adopte une identité visuelle renouvelée. C'est Feldschlösschen Original, la bière lager la plus vendue du pays, qui inaugure ce changement. Avec ce redesign, Feldschlösschen affirme davantage son identité de marque suisse moderne et se tourne résolument vers les prochaines générations d'amatrices et d'amateurs de bière.

Depuis 150 ans, Feldschlösschen fait partie intégrante de la Suisse. Aujourd'hui, une bière sur quatre consommées dans le pays est une Feldschlösschen. Cet ancrage fort constitue la base de la nouvelle identité de marque, qui relie tradition et avenir. « En cette année anniversaire, nous regardons avec fierté notre histoire pionnière. Tout comme la Suisse et sa population évoluent, Feldschlösschen continue de se développer. Avec ce nouveau design, nous faisons entrer notre marque dans l'avenir sans perdre de vue ses racines », déclare Astrid Roland, Brand Director Feldschlösschen. Dans un premier temps, la brasserie renouvelle les emballages de ses bières. Désormais, de délicates illustrations représentant des éléments emblématiques du patrimoine culturel de Feldschlösschen apparaissent en arrière-plan. Outre le château, on y retrouve notamment les chevaux de la brasserie, le premier maître brasseur et fondateur Theophil Roniger, les cuves de brassage ainsi que les matières premières utilisées pour la bière. Le déploiement se fera progressivement. Les canettes, bouteilles et multipacks de Feldschlösschen Original adopteront en premier la nouvelle identité visuelle. Les autres variétés de bière suivront ensuite étape par étape.

Cette nouvelle identité visuelle est le fruit d'un long processus de développement auquel ont participé des collaboratrices et collaborateurs, des clientes et clients ainsi que des consommatrices et consommateurs. L'objectif était de redéfinir l'essence de la marque Feldschlösschen et de la traduire dans une forme contemporaine.

Le château, fil rouge de l'identité de la marque

Au cœur de cette nouvelle identité se trouve l'emblématique château rouge, symbole le plus visible de la marque depuis plusieurs générations. Son histoire remonte loin dans le temps : dès 1900 environ, le château de briques rouges apparaît pour la première fois lorsqu'il est sculpté dans la pierre à l'occasion de l'ouverture d'un restaurant à Rheinfelden. En 1923, il figure pour la première fois sur un calendrier détachable de la brasserie, sur fond vert entouré d'épis de blé, avant d'être enregistré comme logo de marque au registre du commerce. Feldschlösschen franchit une nouvelle étape importante en 1960 : la typographie caractéristique inspirée de la brique est spécialement développée pour la brasserie par la prestigieuse agence publicitaire zurichoise Gisler & Gisler. Le redesign actuel constitue la première refonte complète de l'identité visuelle de la marque depuis 2008.

Avec cette nouvelle conception, le château emblématique a été subtilement modernisé et davantage mis en valeur.

Le redesign le montre clairement : même après 150 ans, Feldschlösschen reste en mouvement.

Images

Pour toute demande de précisions:

Esin Celiksüngü, attachée de presse adjointe

Tél. 058 123 43 86 / uko@fgg.ch

Ce texte peut être téléchargé en ligne sur www.feldschloessen.swiss

L'entreprise Feldschlösschen

Feldschlösschen, dont le siège est à Rheinfelden (AG), a brassé pour la première fois de la bière le 8 février 1876 en tant que première brasserie à vocation nationale de Suisse. Aujourd'hui encore, l'entreprise est leader sur le marché de la bière et active comme distributrice de boissons à l'échelle nationale. Feldschlösschen emploie l'200 collaboratrices et collaborateurs sur 22 sites répartis dans toute la Suisse. Avec plus de 40 bières de marque suisses, alcoolisées et sans alcool, ainsi qu'un large portefeuille de boissons allant de l'eau minérale aux soft drinks en passant par le vin, Feldschlösschen fournit quelque 25'000 clients issus de la gastronomie, du commerce de détail et du commerce des boissons. www.feldschloessen.swiss

