

Chocolate

Wine

Absinthe

F&B

**FOOD &
BEVERAGE**

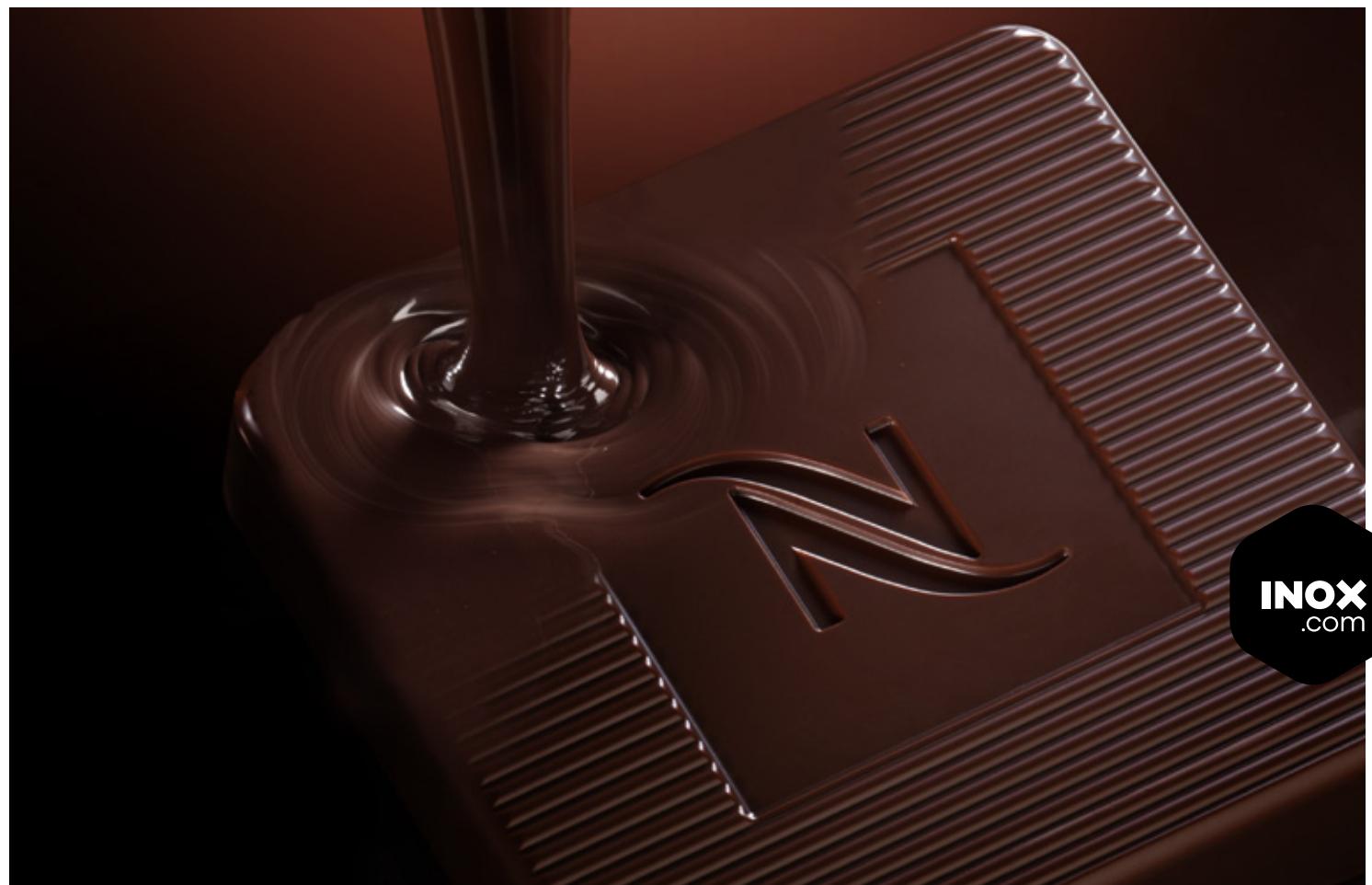
Food

Nespresso Les Chocolats
OVPT Office des vins et produits du terroir
Sweetzerland Chocolats
L'Auberge d'Hauterive
The Global Alliance for Improved Nutrition
(GAIN)

Beverage

Absinthe Kübler
Caves Antognini e Conceprio
Caves de la Ville de Neuchâtel
Caves du Château de Peseux
Crossbow
Domaine de Montmollin

Domaine de Coccinelles
Interprofession de l'Absinthe
Nespresso
Nestlé Waters
Thiébaud & Co SA



ABSINTHES

Sacred spirit



KÜBLER

SOURCE OF INSPIRATION



The Real Absinthe

Kübler «Verte suisse»

Discover our other products



THE RECIPE

"Kübler Absinthe" is a distillate of Grande Absinthe (wormwood) grown in the Val-de-Travers only, a herest of sumptuous herbs and purest alcohol. The recipe is still the same as in the old times and we are proud of the wonderfully rich and complex flavours.

"Kübler Absinthe" develops best taste and its characteristic green or bluish cloudiness by mixing 1 : 5 with fresh spring water. Yves Kübler personally stands up for the quality of this genuinely incomparable experience containing all natural herbs and flavors.

[Discover its story](#)



NEWS

DISCOVER KÜBLER «VERTE SUISSE»

At the dawn of its first commercial exploitation in the early 1800's, Absinthe traditionally had a natural green color representing the prevailing type of uncolored Absinthe that was found in the 18th century. In historical literature often referred to "la fée verte" so-called "Green Fairy", Absinthe gained unparalleled popularity - and has weathered the century old ban (1910 - 2003).

[Read more](#)



DE MOON
MENU

THE REAL ABSINTHE

"Kübler Absinthe" (well known by connoisseurs as "Fée Verte" or "Swiss La Bleue") date back on the long tradition of the KÜBLER dynasty who distilled this famous product in the Val-de-Travers (Nyon/Neuchâtel/Switzerland) from 1863 until its prohibition on October 7, 1910. After 93 years of slumber, the Sleeping Beauty could be aroused in its historical cradle called Môtiers, capital of the Val-de-Travers, thanks to the decision of the Swiss Parliament in 2003.

Yves Kübler, great-grandson of the KÜBLER brand founder, is the first distiller in the Val-de-Travers who can offer to you legally an authentic Absinthe from the region where Absinthe was invented end of the 18th century.

[DOWNLOAD THE BROCHURE](#)



[SCROLL TO BROCHURE](#)



« KÜBLER ABSINTHE »
IS ONLY PRODUCED IN VAL-DE-TRIVERS - SWITZERLAND.

[FIND AN IMPORTER AT THE HOME PAGE](#)

[IMPORTERS](#)

[View details](#)



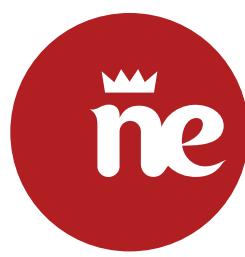
BIOLOGIQUE PAR CULTURE



Propriété de la famille Lambert, le Domaine des Coccinelles trouve son origine avec Maurice. Ce visionnaire découvre très vite les avantages d'une gestion durable, ce qui lui permet de garder des vignes équilibrées en évitant les excès des décennies du «tout chimique». Pierre, après une carrière de chercheur en géologie, reprend l'exploitation familiale en 2006, avec son épouse Kathrin.

La coccinelle, symbole de la culture biologique, représente l'antithèse de l'utilisation des insecticides qui déstabilisent l'équilibre écologique en tuant les insectes sans distinction. Actuellement ce sont 20 hectares de vigne répartis sur les communes de Gorgier et de Vaumarcus qui constituent le domaine. Certifié Bio-Suisse depuis 1992, il est le plus ancien domaine en culture biologique de l'appellation «Neuchâtel».





NEUCHÂTEL PROMOTION DES VINS
ET DES PRODUITS DU TERROIR



OVPT OFFICE DES VINS
ET DES PRODUITS DU TERROIR
WWW.OVPT.CH

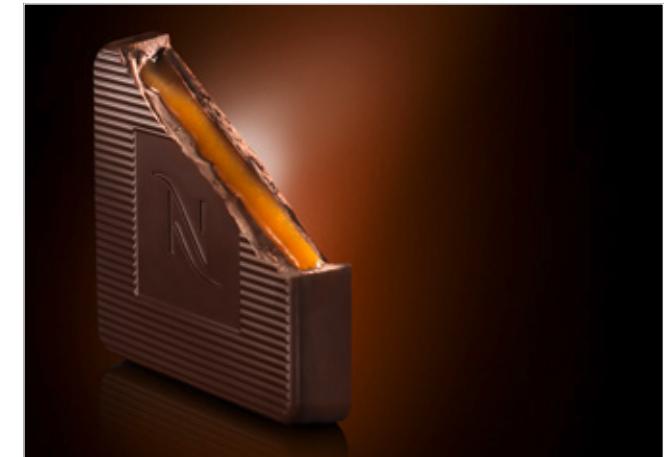


DOMAINE de MONTMOLLIN
Auvernier – Neuchâtel



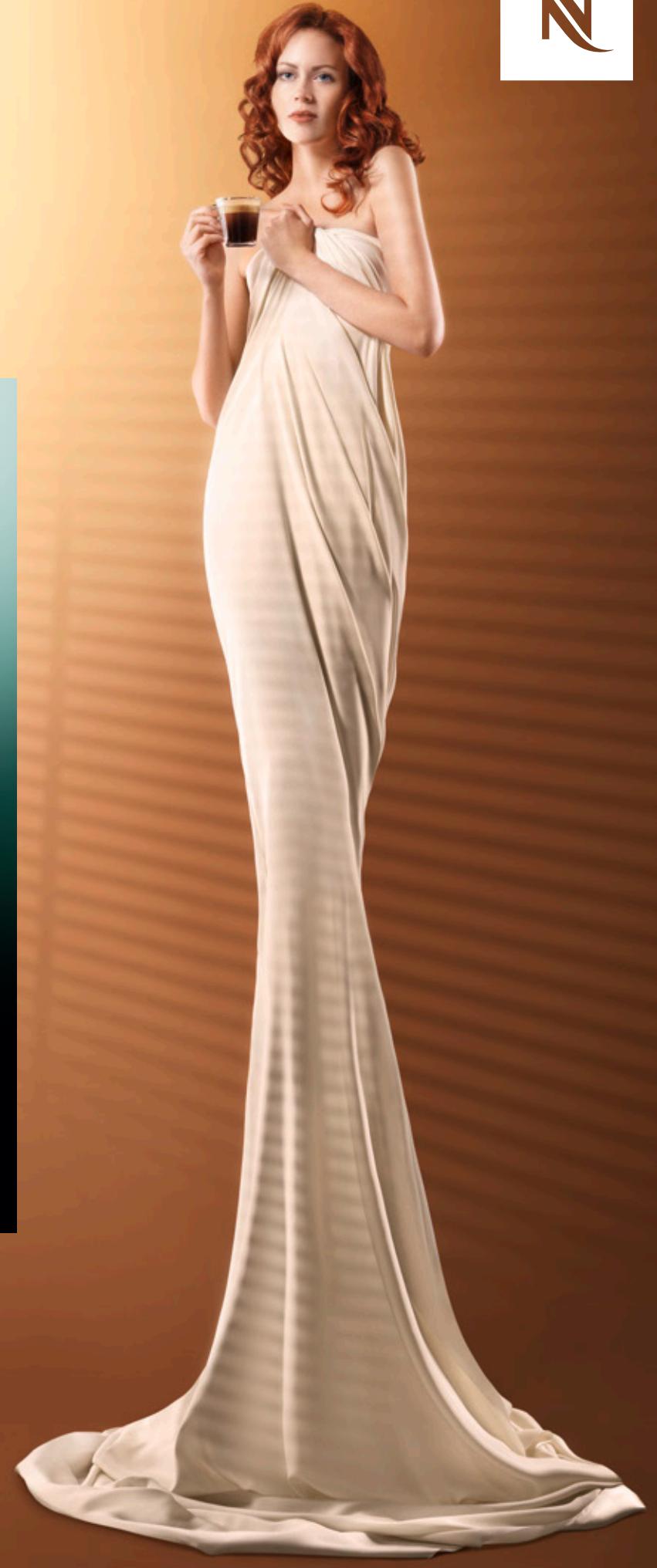
NESPRESSO

*Creative
flavour*

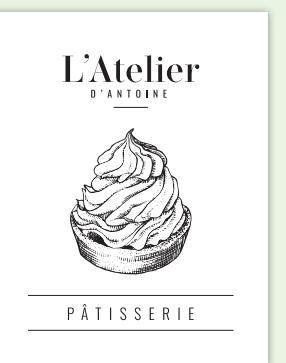
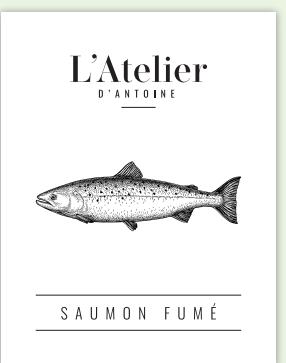
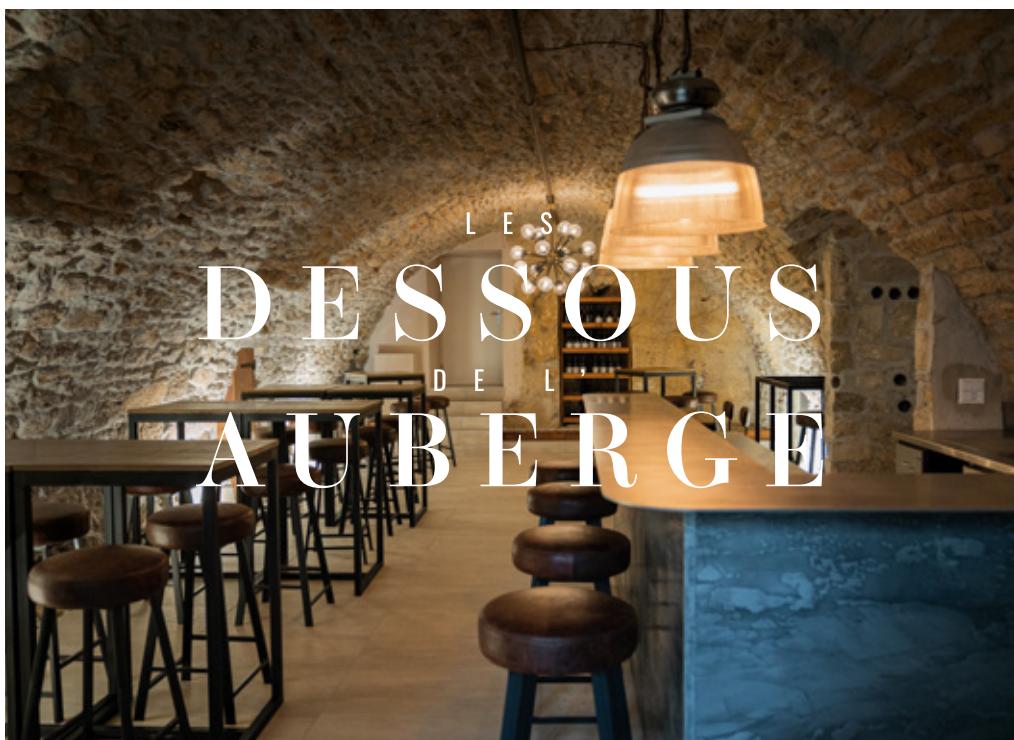


NESPRESSO

Smells good



L'AUBERGE 1608 D'HAUTERIVE



L'AUBERGE
1608
D'HAUTERIVE

PHILOSOPHIE LES CARTES LES DESSOUS DE L'AUBERGE CONTACT RÉSERVATION

UNE CUISINE FINE
Composée exclusivement de produits frais et saisonniers

RÉSERVEZ MAINTENANT >

CARTE DU MIDI

La carte du midi	
Entrées	5. - Verrine de saumon de l'Auberge 14. - Délicatesse de canard 21. - Filet de poisson aux agrumes sur un toast à l'ail 24. - Crostini de quenouille de bœuf, roquette, vinaigrette moutarde et miel
Plats	25. - Potiron caramélisé au vinaigre balsamique 44. - Flans de poches fumé, tagliatelles de légumes, pomme croustillante, émulsion moutarde 26. - Boeuf bœuf de porc, foie gras à l'orange 31. - Filet d'agneau caramélisé d'agneau, purée de carottes aux épicés et choucroute aux herbes
Desserts	32. - Assiette de fromages 45. - Crème brûlée à la vanille, glace au citron 46. - Patisserie Mille-feuille 47. - Mille feuille aux pignons de pin cannellés

Présentoir des vins: Petit, Jeune, Givré, Froid, Glacé, Chaud

Présentoir des desserts: Pet. Jeune, Givré, Froid, Glacé, Chaud

LE MENU COMPLET >

VISION AND MISSION

GAIN's mission is to advance nutrition outcomes by improving the consumption of nutritious and safe food for all people, especially the most vulnerable to malnutrition.

PROGRAMMES

For the past 20 years, GAIN programmes have delivered impact locally and inspired policy for national and global action. The focus of all of our programmes is on transforming food systems so that they deliver better diets for everyone.

Food Fortification
Nutrition Enterprise Unit
Drivers of Food System Change
Policy & Governance
Outcomes

COUNTRIES

We have nine country offices where we deliver the majority of our programmes. GAIN is a global organization with presence in 20 countries.

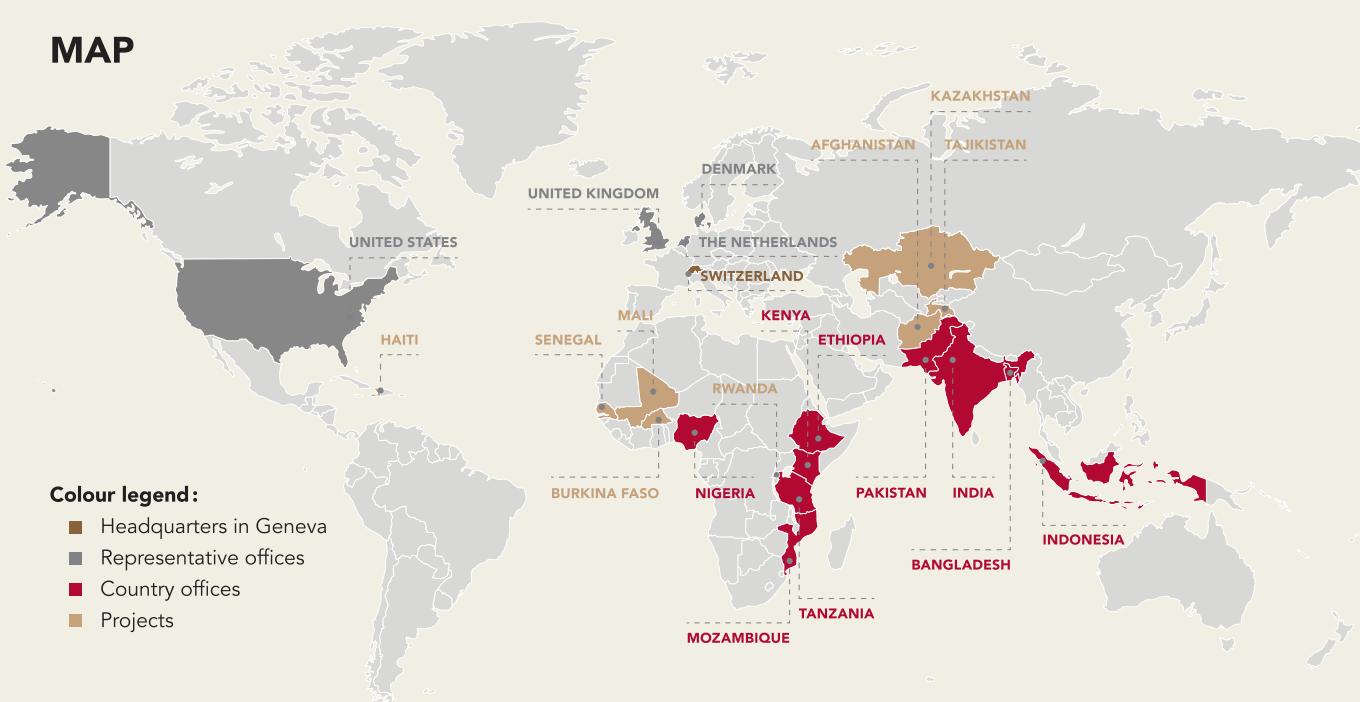
TODAY'S PICKS

NEWS: War in Ukraine poised to threaten global food security
READ MORE

NEWS: Scaling the Efficient Coverage of Large-Scale Food Fortification: Introduction to the FORTIMAS Methodology
READ MORE

STORIES: Women as Change-makers: Bringing Nutritional Shifts to their Communities
READ MORE

MAP



Colour legend:

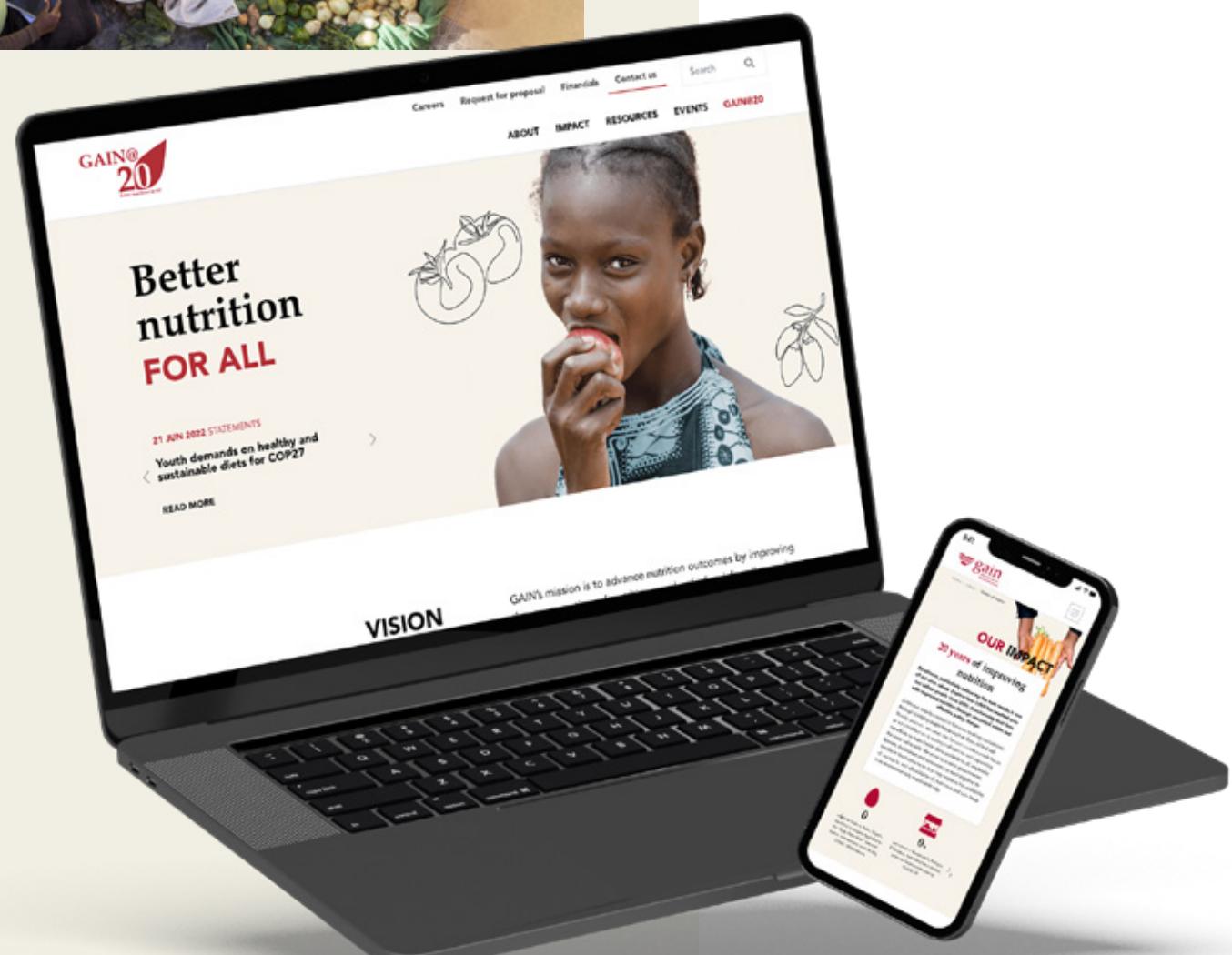
- Headquarters in Geneva
- Representative offices
- Country offices
- Projects



Afin de pouvoir compter sur un site web efficient, une règle immuable s'applique : il faut constamment le faire évoluer, le challenger, le mettre à jour, faute d'enregistrer des déperditions majeures en termes de trafic.

Depuis plusieurs années, l'ONG GAIN (Global Alliance for Improved Nutrition) collabore avec Inox Communication sur l'amélioration constante de sa plateforme web. Consciente de ces enjeux, elle a décidé de rafraîchir la page d'accueil et le menu de cette dernière.

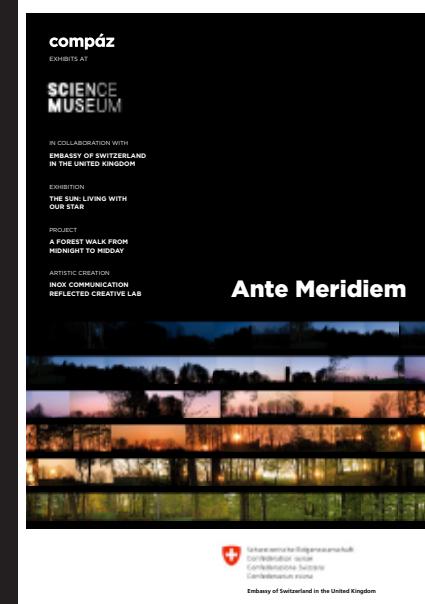
Dans ce cadre, notre équipe a travaillé sur un nouveau design pour la page concernée et sur un menu optimisé, afin de faciliter la navigation et l'accès à l'information recherchée.



compáz

ART SCIENCE SOCIETY

Working towards
a better world through
Art and Science



When billboards
provide energy

By offering a new perception of solar energy, compáz will in time contribute to an increase in architectural solutions that integrate photovoltaic systems. It also enables other uses such as in advertising. Compáz aims to promote the use of renewable energy and to make this energy an integral part of our daily lives.

compaz.art



**Some
billboards
are smart**



**Some walls
are positive**



INOX COMMUNICATION SA
brand strategy

NEUCHATEL

Bureau du 111. Pl. Numa-Droz 2
CP 2511. CH-2001 Neuchâtel
+41 32 727 70 70

LAUSANNE

Chemin Renou 2
CH-1005 Lausanne
+41 21 926 79 79

brand@inox.com | [f](#) | [in](#) | [@](#) |

www.inox.com

Proud Founding Partner Of

compáz

www.compaz.art



www.111.ch

Technological Partner

**Google
Partner**