

LE GRUYÈRE[®]
SWITZERLAND



präsentiert die Trimesterausgabe
der Sortenorganisation Gruyère

l'oiseau

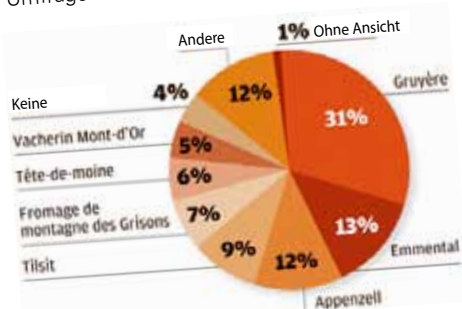


Seit 10 Jahren am
*Salon International
de l'Agriculture*



Erschienen in der französischen Coop Zeitung («Coopération») am 13. März 2012

Umfrage: Welches ist Ihr Lieblingskäse?



Gesamtumfrage unten:
www.cooperation-online.ch/2926016 (nur französisch)



INHALT

- | | |
|--|--|
| <p>03 DIE SORTENORGANISATION GRUYÈRE AOC SWITZERLAND IST EINE ERFOLGSGESCHICHTE</p> <p>04 oriGIn - INTERNATIONALER VERBUND ZUR FÖRDERUNG UND VERTEIDIGUNG DER GEOGRAPHISCHEN ANGABEN</p> <p>06 DIE GESCHICHTE DES GRUYÈRE AOC IM MUSÉE GRUÉRIEN IN BULLE</p> <p>08 BEREITS 10-JÄHRIGE PRÄSENZ AM SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE IN PARIS</p> <p>11 DER GRUYÈRE AOC IN VERBINDUNG MIT GROSSVERANSTALTUNGEN</p> | <p>12 DIE KÄSEREI VON LES PONTS-DE-MARTEL ERNEUERT IHRE AUSSTELLUNG</p> <p>14 DIE SCHÖNSTEN KÜHE IN DER SWISS EXPO 2012 ARENA</p> <p>16 DER GRUYÈRE AOC SEITE AN SEITE MIT JUNGEN SPORTLERN UND GROSSEN ATHLETEN</p> <p>18 REZEPTE</p> |
|--|--|

Impressum

Herausgeber: Interprofession du Gruyère
 Postfach 12, CH - 1663 Gruyères
 e-mail: interprofession@gruyere.com
www.gruyere.com

Redaktion:
 Interprofession du Gruyère
 Microplume, www.microplume.ch
 Auflage: 3'100 Exemplare

Übersetzung:
 Polylingua
www.polylingua.ch

Grafische Gestaltung:
 Effet-i-media
 e-mail: bepbep@bluewin.ch



Die Sortenorganisation Gruyère AOC Switzerland **ist eine Erfolgsgeschichte**

Seit der Gründung vor bald 15 Jahren wurde unermüdlich mit viel Engagement und Herzblut daran gearbeitet.

Dank Weitsicht, Organisation und Disziplin hat die IPG eine beneidenswerte Stellung in der schweizerischen Milchwirtschaft erreicht. Die IPG wurde am Anfang belächelt, dann ernst genommen und jetzt bewundert und als Vorbild gepriesen.

Den Gründern, Pionieren und Helfern die zum Entstehen der Sortenorganisation Gruyère verholten haben sind wir zu grossem Dank verpflichtet. Einige sind nach wie vor aktiv dabei und werden uns mit ihrer Erfahrung weiterhelfen.

Seit August letzten Jahres habe ich die Ehre der IPG als Präsident zu dienen. Ich erachte es als meine Aufgabe und meine Pflicht im richtigen Moment die richtigen Fragen zu stellen.

Wo stehen wir?

Der Käsemarkt ist gegenüber Europa geöffnet. Der schweizer Franken ist stark und verteuert den Gruyère AOC im Export und verbilligt den importierten Käse in der Schweiz. Das Angebot an Käse hat sich in der Schweiz vervielfältigt. Die Milchkontingentierung ist Geschichte. Die Differenzen bei den Milchpreisen sind erheblich. Viele würden auch gerne Gruyère AOC produzieren.

Es braucht jedoch sehr wenig

Überproduktion um den Markt aus den Angeln zu heben.

Die Konsumgewohnheiten haben sich verändert. Im Detailhandel herrscht der Verdrängungskampf. Die Sortimente werden segmentiert und differenziert.

Mit Argumenten wie Qualität, Preis, Herkunft, Label, Marke, Neu, oder Varianten bestehender Produkte mit neuer Positionierung machen sich alle den limitierten Platz in den Verkaufsregalen streitig.

Wohin gehen wir?

Es ist eine Binsenwahrheit, Erfolg macht schläfrig! Wenn es zu lange zu gut geht wird es gefährlich!

Die Wertschöpfungskette der Interprofession du Gruyère besteht aus 2300 bäuerlichen Familienunternehmen die die Milch produzieren die von 174 meist selbstständigen Käsereien und von 52 Alpkäsereien verarbeitet wird. 9 Handelsunternehmen pflegen den Gruyère AOC bis zur Marktreife und vermarkten unsern Käse in der ganzen Welt.

Wir sind gemeinsam für Erfolg oder Misserfolg verantwortlich!

Unter dem Motto: «Hilf dir selbst, so hilft dir Gott», erarbeitet das Komitee die Strategie IPG 2025.

Wir haben unsere Stärken, unsere Schwächen, unsere Chancen und unsere Risiken analysiert.

Zukünftige Veränderungen und Herausforderungen für unser Geschäft evaluiert, diskutiert und bewertet.

Die beste Art, sich vor bösen Überraschungen zu schützen, ist es, stets Überraschungen zu erwarten.

Wohin wollen wir?

Es ist meiner Meinung nach wichtig, dass alle Beteiligten an dieser Wertschöpfungskette wissen, wohin wir wollen, was wir wollen, wieviel wir wollen und bis wann wir es wollen.

Das Wichtigste für mich ist, dass jeder weiss was er dazu beitragen muss, damit wir die gemeinsamen Ziele erreichen.

Die nächste Etappe ist die Präsentation der strategischen Ziele in den Entscheidungsgremien der Sortenorganisation Gruyère. Wenn die Mehrheit die Vorschläge des Komitees unterstützt werde ich Ihnen in einem Infobulletin die Details bekannt geben.

Ich wünsche Ihnen
Glück im Stall,
Exzellente Qualität,
Erfolg in den Märkten

Oswald Kessler
Präsident



Internationaler Verbund zur Förderung und Verteidigung der geographischen Angaben

Die Sortenorganisation Gruyère (IPG) und die Schweizer Vereinigung der AOC-IGP gehören zu den Gründungsmitgliedern des oriGIn. Sie sind überzeugt, dass die Förderung der geographischen Angaben (GA) und der Kampf gegen Fälschungen auch über eine Vereinigung aller AOC/AOP/IGP Zweige in der ganzen Welt geführt werden muss. Gegenwärtig vertritt oriGIn rund 350 Produzentenorganisationen aus 40 Ländern. OriGIn wurde zum Sprachrohr der GA Produzenten bei internationalen und interregionalen Institutionen wie WTO/WHO (World Trade Organization/ Welthandelsorganisation), Europäische Union und Weltorganisation für geistiges Eigentum.

OriGIn leistet Basisarbeit, um gegen Fälschungen und Versuche widerrechtlicher Besitznahmen zu kämpfen, die weltweit Millionen von Arbeitsplätzen sowie den Ruf dieser Produkte gefährden. OriGIn verteidigt die mit der grossen Mehrzahl der internationalen Akteure arbeitenden verpflichteten Produzenten im Bereich der GA. Ihre Aufgaben sind verschieden: Lobbying, Stellungnahmen, Erarbeitung von Zusammenarbeitsprojekten in Entwicklungsländern, Unterstützung und Wertsteigerung von einheimischen Produktzweigen.

Solidarität unter Produzenten aller Länder

OriGIn verteidigt Produzenten, welche Spezialitäten, wenn auch noch so verschiedener Art, herstel-

len wie den Tequila-Likör (Mexiko), Habanos Zigarren (Kuba), den Antigua Kaffee (Guatemala), den Long-Ging Tee (China), den Roquefortkäse (Frankreich), den Parmaschinken (Italien), das Arganöl (Marokko) oder auch den Gruyère AOC. In jedem Land können die einheimischen Produkte unterschiedlich definiert und leicht anders bezeichnet werden, beispielsweise: GA, AOC, AOP, IGP, DOP. Aber trotzdem, auch wenn sie aus oft weit entfernten Realitäten stammen, weisen diese Produkte Gemeinsamkeiten auf. Massimo Vittori Exekutivdirektor von oriGIn ist davon überzeugt: «Die Gemeinsamkeit ist die Verbundenheit mit dem Herkunftsgebiet. Ein GA Produkt ist einzigartig und kann nicht anderswo hergestellt werden, weil es mit seinem Herkunftsgebiet, den

meint Massimo Vittori. «Die rechtlichen Grundlagen zum Schutz der GA helfen sowohl den Produzenten des Arganöls als auch jenen der Gruyère Sortenorganisation. Dank der GA können Traditionen erhalten, Ansehen und Selbstvertrauen oft benachteiligter Regionen verstärkt, Möglichkeiten für Arbeitsplätze in kleinen Dörfern gesichert und Gelegenheiten für Anstellungen in Parallelssektoren wie Tourismus stimuliert werden.»

GA Liberalismus und Schutz

Es ist in einer globalisierten Welt nicht leicht regionale Produkte zu schützen, wo die meisten Akteure für eine allgemeine Marköffnung eingestellt sind. Zur Zeit einer progressiven Liberalisierung des internationalen Handels ist der Schutz der geographischen Angaben jedoch unentbehrlich. Massimo Vittori sieht keinen Widerspruch zwischen den beiden: «Der GA Schutz ist von gleicher Art wie jener des intellektuellen Eigentums; es geht darum das Recht jener Leute zu respektieren, die investieren, um ein innovatives oder ein an ein Herstellungsgebiet und an ein Pflichtenheft gebundenes Produkt zu erarbeiten. Im gleichen Sinn, wie es wichtig ist Patente zu respektieren, ist es wesentlich Hunderte oder hie und da auch Tausende Franken hohe Investitionen zu schützen. Denn, einen Käse wie zum Beispiel den Gruyère AOC gemäss einem strengen Pflichtenheft herzustellen erfordert ein viel grösseres finanzielles und menschliches Engagement als eine willkürliche Herstellung. Somit wäre es total ungerecht, wenn gemäss ausländischer Rechtsprechung irgendjemand den Namen Gruyère benutzen



Bewohnern, dem Klima, dem überlieferten Wissen und der einheimischen Geschichte verbunden ist. Aus diesem Grund ist oriGIn diese Solidarität, trotz den Verschiedenheiten, äusserst wichtig.» Zudem können sich diese Frauen und Männer mit einer Organisation wie oriGIn identifizieren, denn alle kämpfen mit gleichen Problemen. «Das Risiko des Missbrauchs ist für alle gleich»,



und damit von dessen Ruf profitieren könnte.»

OriGlns Nutzen für die Branchen

In ihrer Stellungnahme und Lobbyingarbeit vertritt oriGln einen wesentlichen Standpunkt, der die Position der Branchen über die mit den Terroir-Produkten verbundenen Fragen wertet. «Unsere Mitglieder und Partner können Gewissheit haben, dass wir auf der internationalen Verhandlungsebene unablässig ihre Interessen verteidigen», erklärt Massimo Vittori. Die Tatsache, dass oriGln sich für einen effizienteren GA Schutz einsetzt, erlaubt allen von diesem verstärkten Schutz zu profitieren. «Wir erleichtern auch Austausch und Begegnungen unter den Mitgliedern und Experten», fährt oriGlns Exekutivdirektor fort. «Wir nehmen an Konferenzen, Debatten und Tischrunden teil, um unsere Positionen aufzuwerten und das Publikum für die Vorzüge der geographischen Indikationen zu sensibilisieren.» Schlussendlich liefert oriGln ihren Mitgliedern jeden Monat Informationen über die wichtigsten Fragen im Zusammenhang mit der GA. Dadurch erlaubt oriGln den Branchen von entscheidenden, gesetzlichen, nationalen und problematischen Neuigkeiten Kenntnis zu nehmen. Diese Tätigkeit ist sehr wichtig, denn in diesem Bereich ändert sich die Situation sehr rasch.

Informationenaustausch

Die Problematik der verschiedenen Branchen wandelt sich laufend. Daher ist es wichtig, dass oriGln auf ihre Partner eingeht; so kann sie den Anliegen der Produzenten oder Branchen Rechnung tragen und regelmässig ihre Strategie anpassen. «Ein Beispiel: In der Erklärung von Guadalajara (Mexiko) hat oriGln zum ersten Mal ein Anliegen im

Zusammenhang mit dem Internet erwähnt», erklärt Massimo Vittori. «Einer unserer Partner war beunruhigt über eine Entscheidung der verantwortlichen Organisationen hinsichtlich der Regulierung im Internet. Nun ist es seit diesem Jahr (2012) möglich Betriebsnamen mit einer neuen Erweiterung zu erwerben. Sie können auf einen Ort oder eine Firma hinweisen. So könnte man nebst dem traditionellen «.com» oder «.ch» eine Erweiterung wie beispielsweise «.bruxelles», «.gruyere» oder auch «.nestle» anbringen. Die Gefahr besteht darin, dass diese Namenerweiterungen «gestohlen» werden. OriGln wird nun dieses Dossier genau verfolgen und ihre Mitglieder dazu sensibilisieren sich an den Entwicklungsprozessen für die Schaffung der neuen Namensätze zu orientieren.

Einige Realisierungen

OriGln ist daran ein weltweites Informatikverzeichnis aller gegenwärtigen geschützten GA in aller Welt zu erstellen. Das ist ein wichtiger Schritt für eine bessere internationale Gesetzesanwendung hinsichtlich der GA. 2011 hat oriGln ein GA Praxishandbuch für die AKP (afrikanische Länder, Karibik und Pazifik) erstellt. Dies ist ein Werkzeug zur Unterstützung von Produzenten und Entscheidungsträgern zur Anwendung des GA Systems. Es behandelt Schlüsselfragen über GA, gesetzliche Aspekte zum GA Schutz sowie konkrete Aspekte im Zusammenhang mit der Schaffung und Organisation einer Branche.

Die oriGln hat ebenfalls die Schaffung einer amerikanischen GA Organisation angeregt und unterstützt. Die Erstellung dieser Produzentenbewegung ist umso wichtiger, als die Vereinigten Staaten gegen eine GA Verstärkung auf der Ebene der WTO/OMC sind.

Drei Fragen an Massimo Vittori

Massimo Vittori ist seit der Niederlassung der Organisation in Genf im Jahr 2008 Exekutivdirektor der oriGln. Als ausgebildeter Jurist und Spezialist des internationalen Rechts, will er die GA verstärken und die Interessen der kleinen Produzenten in den europäischen Ländern, der Schweiz und ebenso den Entwicklungsländern verteidigen.

Was motiviert Sie als Direktor der oriGln?

«Welches Produkt diese Frauen und Männer auch herstellen, sie tun es alle mit der gleichen Begeisterung, nämlich der Verbundenheit mit ihrer Heimat. Das bedeutet für mich eine spannende Herausforderung mich in einer kleinen NGO mit motivierten Leuten zu engagieren, um eine wichtige Angelegenheit zu verteidigen. Es liegt mir am Herzen für Werte an die ich glaube zu kämpfen.»

Was bedeutet Ihnen der Gruyère AOC?

Sehr viel, weil ich ihn schon schätzte bevor ich für oriGln arbeitete. Zudem, handelt es sich um ein Produkt, das uns sehr nützliche wirtschaftliche Daten liefert. Anlässlich unserer Promotion für das AOC-IGP Konzept ist es wichtig, erfolgreiche Beispiele präsentieren zu können. Der Gruyère AOC als ein historisches Mitglied stellt ein „Vorzeigemodell“ für andere Produzenten dar, die das GA Experiment beginnen wollen.

Wie stellen Sie sich zur Ratifizierung des Abkommens mit der europäischen Union?

Unsere Einstellung ist positiv. Wir denken, dass der bilaterale Weg wichtig ist und wir sind uns auch bewusst, dass auf internationaler Ebene für eine transparente Rechtslage der multilaterale Weg am besten ist.



Alphütte Gillerby (1793), an den Berghängen des Dent-de-Broc, 1977 abgebrochen



Registrierung des Käsehändlers Nicolas Dafflon am Zoll von Lyon, 10.4.1742

Die Geschichte des Gruyère AOC im **Musée gruérien in Bulle**

Nach fünfzehnmonatiger Schliessung präsentiert sich das renovierte Greyerzer Museum seit anfangs Februar mit einer neuen Dauerausstellung zum Thema «La Gruyère, Wege und Spuren». Nach der Leerung der Räume haben Konservatoren und Szenographen einen originellen Rundgang durch die Greyerzer Zeugen der Kultur, Geschichte und des Terroirs geschaffen. Das Kernstück umfasst sieben Themen, welche verteilt auf 1'400 Quadratmetern verschiedene Facetten des Greyerzerlands von gestern bis heute veranschaulichen. L'Oiseau schlägt Ihnen den Besuch des Sektors vor, der sich der Geschichte des Gruyère AOC unter dem Blickwinkel «Ein Käse auf Erfolgstour» widmet.

Die Ausstellung beginnt mit der Geschichte des Käses, dem wichtigsten Erzeugnis aus der Region. Dies ist ebenfalls ein wesentliches Thema der Museumssammlungen. Alpaufzüge, geschnitzte Kühe, Poyas, Kuhglocken, Alphütteneinrichtungen und die Nachbildung einer Käserei sind zu sehen. «Wir schildern den Besuchern das Alltagsleben des Sennen, wie er für die Herstellung seiner Käse auf der Alp lebt, anschliessend die Übernahme seines Produkts durch den Händler für den Verkauf», erklärt die Museumsdirektorin Isabelle

Raboud-Schüle. «Ausserdem haben wir über diese Wirklichkeit Eindrücke aus der Sicht von Schriftstellern, Dichtern, Malern, Film-, Radio- und Fernsehprofis dargestellt.»

Unser Hartkäse im Laufe der Jahrhunderte

Die Ausstellung begleitet die Besucher durch Jahrhunderte. Dabei erfahren sie zum Beispiel, dass im Greyerzerland der Labmagen bereits seit dem XV Jh. verwendet wird. Anschliessend ist ein Glasbild aus dem XVII Jh. über die Käseherstellung mit heute bekannten Werkzeugen zu bewundern. Weiter verfolgen die Besucher den Weg unseres Hartkäses bis 2001, als der Gruyère seine AOC Anerkennung erlangt hatte.

Eine vernetzte Region



Das Greyerzerland besteht nicht nur aus einer Strassenkreuzung, sondern stand immer mit Machtzentren und externen Marktschauplätzen in Verbindung. Dies lässt sich beispielsweise aus dem Käsehandel erkennen. Die ersten wichtigen Exportspuren stammen aus 1460 in der Bourgogne, in Genf und am Zurzacher Markt nahe bei Zürich. Ab dem XVI Jh. verkaufen sich die Käse in noch entferntere Destinationen. Aber die Mengen sind jeweils an die Umstände gebunden: während des Dreissigjährigen Krieges (1618-1648) wurden ausländische Armeetruppen mit unserem Käse versorgt. Dagegen ging der Handel mit Frankreich während der Marseiller Pest (1720-1722) zurück, denn die Verschiebung von Menschen und Waren wurde lahmgelegt.

Gruyère und Seidenwaren

Die Ausstellung stellt die Gruyère Route dar, über die Käsehändler bis zur französischen Revolution Handel trieben. Diese Händler kehrten von ihren Geschäftsreisen oft mit Produkten aus diesen Orten im Gepäck zurück. Davon zeugen die ausgestellten Seidenwaren aus Lyon aus dem XVIII Jh. Ausserdem präsentiert die Ausstellung Möbel im französischen Styl, die den Zusammenhang mit dem Käsehandel bestätigen. Der Besucher setzt anschliessend den Rundgang durch eine Kirchentür aus der Mitte des XVIII Jh. fort. Letztere



Eugène REICHLIN (1885-1971): Käseherstellung, nach einem Kirchenfenster aus dem XVII. Jh., Besitz des Museum für Kunst und Geschichte Freiburg, ausgestellt im Greizer Museum

war das Geschenk eines reichen Käsehändlers, der in Grandvillard die Bürgerschaft erlangen wollte.

Vielfalt an Aktivitäten im Greizerland

«Wir haben der Käseproduktion den Ehrenplatz gegeben», erklärt der Konservator Christophe Mauron. «Aber gleichzeitig möchten wir auch aufzeigen, dass die Bevölkerung im Greizerland ebenfalls Holz und Glas bearbeitete sowie Schokolade und Milchpulver herstellte.» Tatsächlich entwickelten sich in der Region seit Ende des XIX Jh. verschiedenste Aktivitäten. 1910 waren nur noch 40 % der Bevölkerung Bauern und die Hälfte der Milchproduktion wurde für die industrielle Verwertung geliefert.

Heute ist dieser Anteil noch 4 bis 5 %, was verglichen mit anderen Regionen in der Schweiz beachtenswert ist.

Das vielseitige Greizerland

Die neue Ausstellung hebt auch andere Aspekte des Greizerlands hervor, wie Handwerk und erste Industrien, das häusliche Leben, die Entwicklung von Bulle oder die Bedeutung der Religion. Das Publikum kann seinen Besuch verschieden lang gestalten. Es kann sich einen 25-minütigen Überblick oder eine vertiefte Anschauung über eine Stunde verschaffen. Es kann vor audiovisuellen Präsentationen und beim Betrachten von Fotoalben verweilen; für etwa zwei Stunden werden Beschäftigungen angeboten.

Zu seiner Wiedereröffnung hat das Museum eine Box mit 5 Katalogen und einer DVD mit dem Titel: «La Gruyère dans le miroir de son patrimoine» (nur in französischer Sprache) herausgegeben. Darin sind die Forschungsergebnisse von Historikern und weiteren Fachleuten enthalten. Im ersten Band «Des armailis et des ouvriers» erfahren wir, dass der Gruyère im XV Jh. verglichen mit anderen Käsesorten jener Zeit einen grossen Vorteil hatte, nämlich die Anwendung von Labmagen (Labferment), was die Kontrolle der Milchgerinnung ermöglicht. Zudem wurde die Milch anstatt auf 100° nur auf 57° erwärmt, was eine geringere Holzverbrennung erforderte und dadurch die Wälder geschont wurden. Diese Tatsache war nicht unwesentlich, denn schon damals war die Abholzung im Greizerland enorm. Im Zusammenhang mit der historischen Bezeichnung «fromage vieux» (alter Käse) sei erwähnt, dass letztere bereits gegen 1450 erschien und zwar vermutlich aufgrund seiner verlängerten Lagerung im Keller.



Eröffnungsfeier am 3. Februar 2012

An der Eröffnungsfeier begeisterte die Museumsdirektorin, Isabelle Raboud-Schüle, das Publikum mit einem Vergleich zwischen der Schaffung einer Ausstellung und der Herstellung des Gruyère AOC:

«Man geht nicht vom Nichts aus. Es existiert ein Erbe, eine Kultur, ein Erbgut sowie regional verankertes Wissen und Können.

Beachtliche Milchmengen werden zusammengetragen – zahlreiche hoch qualifizierte Museumssammlungen sind vorhanden – sie müssen mit Sorgfalt behandelt werden, damit alle Qualitäten zum Tragen kommen. Man muss abrahmen, das heisst, das Reichhaltigste entfernen und als spezielle Köstlichkeit separat servieren. Es sind unsere Sammlungsräume, worin die schönsten Objekte in Realität oder in Form

von Daguerreotypen ausgestellt sind. Befindet sich die Milch im Käsekessel – das heisst für das Museum: nach dem Themen und Hunderte Objekte, die uns interessant erscheinen, ausgewählt sind – muss aktives Konzentrat, das Lab, dazugemischt werden. Das entspricht dem von den Autoren und Forschern eingebrachte Wissen und deren Unterstützung. Man lässt alles gemächlich reifen – die benötigte Dauer bis zur gewünschten Konsistenz; in unserem Fall drei Jahre. Dann sammelt man mit dem eingetauchten Leinentuch das Geronnene, das heisst man hebt das Beste aus dem Käsebecken... es braucht Hilfe; die Szenographen bewältigten den kreativen Aspekt des Museums!

Diese noch formlose Masse gibt man in einen Käsering; damit erhält er die dreidimensionale Form, dann wird ihr unter der Presse noch

die überschüssige Molke entzogen. Für uns bedeutete dies, bis zum letzten Moment noch von den zu zahlreichen Gegenständen und überflüssigen Texten aussortieren. Nach der Pressung muss der junge Käse gesalzen und anschliessend gepflegt, seine Reifung verfolgt, verfeinert, gereinigt, abgerieben werden – oh, all diese Glasschilder zu reinigen! Nach einigen Wochen haben wir ein tolles Produkt. Sowohl bei einer Ausstellung als auch beim Käse erhält man einen Zehntel des Ausgangsgewichts, allerdings ein nahrhaftes Konzentrat, köstlich und mit hoher Konservierungsdauer. Jetzt erfolgt die Vermarktung, die Expertenbewertung und das Verdikt des Publikums... ab heute Abend. Wir hoffen damit dem jahrhundertalten Ansehen des Namens Gruyère gerecht zu werden.»



Bereits 10-jährige Präsenz am **Salon International de l'Agriculture** in Paris

Internationale Landwirtschaftsmesse in Paris. Während diesem Wahljahr war es für die französischen Politiker unumgänglich sich hier zu treffen und von der Gelegenheiten für zahlreiche Begegnungen vor Ort zu profitieren, dem Ort, den man als «Frankreichs grössten Bauernhof» bezeichnet. Für den Gruyère AOC hat dieses Jahr einen aussergewöhnlichen Charakter. Tatsächlich reiste unser nobler Käse bereits zum zehnten Mal nach Paris und zwar in Zusammenarbeit mit *Switzerland Cheese Marketing* und der *Association des Produits du Terroir du Pays de Fribourg* (Produkte aus dem Freiburgerland). Die Gelegenheit zum Feiern bot sich in der Gegenwart von Persönlichkeiten und Vertretern hoher Kantonalen Behörden, darunter Ständeratspräsident Herr Georges Godel, am ersten Ausstellungssamstag an. Auch die professionellen und eidgenössischen Organisationen mit denen wir regelmässig zusammenarbeiten haben uns mit ihrem Besuch beehrt.

Am Anfang der Geschichte

Der Schweizer Stand ist eng mit der *Association des Produits du Terroir du Pays de Fribourg* verbunden. Am Anfang ihrer Aktivitäten im Jahr 2000 suchten Jean-Nicolas Philipona und Daniel Blanc, zu jener Zeit Präsident, respektive Direktor der *Association*, Mittel und Wege zur Förderung der einheimischen Produkte. Sie besuchten die Landwirtschaftsmesse (SIA), um Möglichkeiten zu erwägen die Produkte

aus dem Freiburgerland im Ausland zu präsentieren. Sie stellten sogleich fest, dass mehrere Nachbarländer wie Österreich, Deutschland oder auch Italien gegenwärtig waren, nur die Schweiz fehlte in dieser «Landschaft».

Gleich nach ihrer Rückkehr in die Schweiz erstellten sie ein Projekt, das auf den ersten Blick als unrealistisch eingestuft wurde. Aber Jean-Nicolas Philipona und Daniel Blanc waren vom Erfolg ihres Projekts überzeugt. Sie nahmen mit den Sortenorganisationen Gruyère und Freiburger Vacherin Kontakt auf, um eine Partnerschaft vorzuschlagen und die nötigen Finanzen zu finden.

Beide Sortenorganisationen erkannten darin eine interessante Korrelation mit Degustationen in Frankreich. Dank dieser Präsenz konnte der Gruyère AOC in diesem Land seine Bekanntheit verstärken. Das führte zur Erkenntnis, dass der Gruyère AOC keine Löcher hat.

Der Auftakt war erfolgt. Die Zusammenarbeit zwischen der Association und der Sortenorganisationen Gruyère und Freiburger Vacherin schritt voran. Die erste Herausforderung lag darin eine angepasste Animation für diesen damals beinahe 100 m² grossen Stand zu finden. Unser Knowhow nach Frankreich zu bringen erschien uns selbstverständlich und eine Demonstration der Gruyère und Freiburger Vacherin Fabrikation drängte sich auf. «Wir boten eine Sensation, als wir mit unseren vollen Milchkannen die Ausstellungshallen durchquerten. Selbst

der französische Fernsehsender TF1 interessierte sich für die Käsefabrikation und realisierte eine Reportage, die am Sonntag in der Abendschau ausgestrahlt wurde!» berichtet Jean-Nicolas Philipona.

Ab dem zweiten Jahr wurde der Stand mit einem Restaurant erweitert, wo das Halb-Halb Fondue serviert wird. Eine neue Herausforderung erwartete unsere Mannschaft. Die erforderliche Logistik für einen Restaurationsbetrieb aber auch die Erstellung der Infrastruktur mussten organisiert werden. Man gab dem Holz den Vorzug, während sich das Personal mit dem traditionellen «Bredzon» (Sennentracht) und «Dzaquillon» (Freiburger Tracht) kleidete. Der Stand wurde auf 200 m² erweitert und die Waadtländer Wurstwarenproduzenten erweiterten über die *Association des Produits du Terroir vaudois* (Waadtländer Produkte) das Angebot. Zu erwähnen ist auch die Präsenz des Weines durch die Weinkellerei der Gebrüder Kursner, die ebenfalls von Anfang an vom Erfolg des Projekts überzeugt waren.

2005 stellte sich eine andere Frage. Hätte unser Stand eine grössere Wirkung, wenn er anstatt nur eine Region, die ganze Schweiz repräsentieren würde? Zeit für *Switzerland Cheese Marketing* sich einzuschalten und die Rolle der Koordination zu übernehmen, indem sie die gesamte Durchführung der *Association des Produits du Terroir du Pays de Fribourg* übertrug. Das Angebot öffnete sich



SCM France – Porträt

Switzerland Cheese Marketing France befindet sich mitten in Paris, in der Nähe von Beaubourg. Seit dem Januar 2006 leitet Franck Lefèvre diese ganz der Promotion der Schweizer Käse gewidmete Marketingstruktur zusammen mit der für die Promotionsaktivitäten in Verkaufsläden beauftragten Raphaële Delerue sowie Maxence Libert, der die täglichen Anfragen der Händler verwaltet.



Auf dem französischen Markt ist der Gruyère AOC Suisse der am meisten konsumierte Schweizer Käse (2'369 Tonnen im Jahr 2011, 12,8% mehr als 2010).

SCM France unternimmt in enger Zusammenarbeit mit der IPG wichtige Kommunikations- und Promotionstätigkeiten zugunsten Gruyère AOC Suisse (Werbung TV + Presse, Animationen-Degustationen, Messen & Fachaussstellungen...) www.fromagesdesuisse.com

te übrigens Frau Hagron gratulieren, die vom Landwirtschaftsministerium in den Ritterstand «Ritterin im Orden des Landwirtschaftsverdienstes» als Anerkennung ihres Einsatzes und den Käseverkauf im Dienst der Landwirtschaft erhoben wurde.

Aus der Sicht von Franck Lefèvre, dem Verantwortlichen der *SCM France* stellt der Schweizer Stand einen wichtigen visuellen und ausgezeichneten Werbeträger für die Presse dar. Die Aufmerksamkeit gilt aber ebenso den Käsehändlern. Sie sind von ihrem Beruf begeistert und schätzen diese Art von Promotion. Die Schweizer Käse haben sich während den vergangenen zehn Jahren einen wichtigen Platz inmitten des französischen Käseangebots erworben. Es ist sehr wichtig eine Kontinuität zwischen dem SIA (*Salon International de l'Agriculture*) und den Aktivitäten in den Geschäften aufrechtzuerhalten.

anderen Schweizer Käsereiprodukten, allerdings unter der Bedingung, dass letztere auf französischem Gebiet bereits im Handel präsent waren. So entstand ein wahres Schweizer Dorf mit in einem Kreis angeordneten Chalets, mit Käse-, Wurstwaren- und Apfeldegustationen sowie im Zentrum ein Restaurant, das nebst dem Sternmenu Halb-Halb Fondue auch Käse- und Aufschnittteller anbietet.

Obwohl die Disposition des Schweizer Stands seither erreicht ist, wird nicht auf den Lorbeeren ausgeruht. Jedes Jahr erfährt der Stand eine Verbesserung. Beispielsweise wurde 2009 ein Seilbahnsystem installiert, das sich über dem Restaurant bewegt. Diese Einrichtung ist von weitem sichtbar. Jede Kabine trägt die Merkmale eines angebotenen Produkts und schwebt unaufhörlich über den Köpfen der Restaurantgäste, eine amüsante Art sich in die «Bergwelt» zu versetzen. Alle sind glücklich über das Halb-Halb Fondue, so sehr, dass einige Jahr für Jahr wieder kommen. Dieses Seilbahnsystem erscheint auf den ersten Blick sehr einfach, benötigte aber Stunden an Versuchen, Kontrollen, Zusammenkommen, Diskussionen und Lösungsfindungen. Aber dies steht für den Teamgeist der Standangestellten: Jeder leistet sein Möglichstes, was sich positiv auf das Resultat, die Infrastruktur und den Kundenempfang auswirkt.

Und heute?

Der Schweizer Stand 2012 umfasst eine Fläche von 360 m², welche sich die Degustation, das Restaurant, die Gruyèrefabrikation, die Schweizer Weine und der Schweizer Tourismus teilen. Obwohl der Umsatz des Restaurants heute beinahe vier Mal höher ist als am Anfang, besteht das Hauptziel in der Förderung und Valorisierung der

Schweizer Produkte. Philippe Gremaud der Gruyère AOC Marketingabteilung besucht Paris seit neun Jahren. Neben der Organisation und persönlichen PR-Kontakten beschäftigt er sich jeden Tag vor einer Vielzahl interessierten Messebesucherinnen und -besuchern mit der Käseherstellung. «Die Leute stellen uns viele Fragen», erklärt er. «Wir haben so die Gelegenheit, zahlreiche Informationen über die Gruyère AOC Eigenschaften, wie die Rohmilch oder die sich seit Jahrhunderten nachhaltig entwickelnden Erkenntnisse weiterzugeben. Wir erzählen über die Gruyère AOC Ursprungsregion und erklären ihnen, warum der vor ihren Augen produzierte Käse wegen des strengen Pflichtenhefts nicht die Bezeichnung „Gruyère AOC“ tragen darf. Wir profitieren auch unseren französischen Werbespruch unter die Leute zu bringen: «*Le Gruyère AOC, pas de trous, que du goût*» (der Gruyère AOC hat keine Löcher, aber guten Geschmack).»

Eine enge Zusammenarbeit mit einem französischen Lieferanten, der im Raum Paris rund 20 Käseläden betreibt, hat sich entwickelt. Florence Hagron, Verantwortliche dieser Käse- und Detaillistenkette bestätigt: «Noch vor 10 Jahren sprach man in Paris nur vom Fondue «savoyarde». Heute zählt das Schweizer Halb-Halb Fondue von Mitte September bis Ende März bei meinen Kunden zur Gewohnheit. Sie schätzen es auch, wenn aus der Schweiz Frauen und Männer in meinen Läden Degustationen für das Halb-Halb Fondue oder den Käse am Stück durchführen. Das bewirkt einen echten Mehrwert und fördert unweigerlich den Verkauf. Unter den Organisatoren, den Sortenorganisationen und *Switzerland Cheese Marketing* ist eine wahre Synergie entstanden, von der sämtliche Akteure profitieren». Die Sortenorganisation Gruyère möch-



Die Besucher fragen oft, wo sie diese Produkte finden können und es gehört unter anderen zur Aufgabe der *SCM France* die Verbindungen zwischen Käseprodukteläden und den Kunden herzustellen und zu fördern.

Zukunftsorientierte Organisatoren

Eine 10-jährige Präsenz an einer Veranstaltung feiern bedeutet auch sich mit Fragen für die Zukunft beschäftigen. Damit befasst sich Romain Castella, Verwalter der *Association des Produits du Terroir du Pays de Fribourg* seit 2008. Er fährt damit fort sämtliche engen Verbindungen der Protagonisten des Projekts aufrechtzuerhalten. Die Kontakte mit Comexposium (Verwalter des SIA) werden auch gepflegt und im Laufe der Zeit spürt man das. Unser Stand steht heute an einer Lage mit hoher Besucherfrequenz. Allerdings strebt er jedes Jahr mit der Unterstützung der SCM, der durch Philippe Gremaud vertretenen Sortenorganisation Gruyère und der durch François Raemy vertretenen Sortenorganisation des Freiburger Vacherins eine Verbesserung der Präsenz an. «Wir müssen uns jedes Jahr hinterfragen, wie wir die Attraktivität un-

seres Stands in Schwung halten können. Dieses Jubiläumsjahr ist die Gelegenheit eine eingehende Bilanz zu ziehen. Wir werden die gegenwärtige Lage sowie die zukünftigen Bedürfnisse aller Sorten untersuchen. Dabei müssen wir immer an der Tatsache festhalten, dass das Ziel unserer Präsenz in der Promotion unserer einheimischen Produkte liegt», erklärt Romain Castella.

Überlassen wir Daniel Blanc, dem gegenwärtigen Präsidenten der *Association des Produits du Terroir du Pays de Fribourg* das Schlusswort: «Dank der Kontinuität dürfen wir unsere Präsenz als Erfolg bezeichnen. Die Ideen bilden den Ausgangspunkt. Selbst wenn einige noch so ausgelassen sind, gelangen andere mit grösster Professionalität zur Ausführung. Aber es bleibt vor allem ein fantastisches menschliches Abenteuer. Jahr für Jahr kehren die gleichen Personen zum Stand zurück und arbeiten von morgens bis abends mit freundlichem Lächeln. Und zum Schluss überträgt sich das ganze Vergnügen auf Besucher und Kunden».



Messe für Käse und Milchprodukte

Alle zwei Jahre findet die Messe für Käse und weitere Milchprodukte im Pavillon der Landwirtschaftsmesse in Paris (*Salon de l'Agriculture*) statt. Diese Messe, welche vom 26. bis 29. Februar 2012 durchgeführt wurde und wo traditionelle Produkte mit internationalen Tendenzen der Käseproduktionen konfrontiert werden, bildet für die Fachleute eine wichtige Referenz. Acht Länder nahmen in diesem Jahr teil und empfangen rund 6'000 Fachleute. *Switzerland Cheese Marketing* präsentierte an ihrem Stand die Schweizerkäse.

Dies war für die Sortenorganisation Gruyère die Gelegenheit mit Händlern und Käsern Verbindungen zu knüpfen und sich auch für die Tendenzen auf dem Markt zu sensibilisieren. Seit der Ratifizierung der gegenseitigen Anerkennung zwischen der Schweiz und Europa verfügt die IPG über zusätzliche Mittel, um die Etikettierung oder die unrechtmässige Verwendung unseres Namens zu kontrollieren. Dieser Anlass bedeutet eine unumgängliche Ergänzung für die Gegenwart des Gruyère AOC auf dem französischen Markt.



Die Gruyère AOC Präsenz bei Grüne Woche in Deutschland

Die *Grüne Woche* fand vom 20. bis 29. Januar in Berlin statt. Diese Messe stellt im deutschen Raum eine echte Institution dar und zog über 420'000 Besucher an. Aussteller aus allen Regionen Deutschlands kamen mit den Gastländern in Kontakt. *Switzerland Cheese Marketing*



Deutschland koordinierte den Stand der Schweizer Käse, der jedes Jahr einen grossen Erfolg erzielt. Auch eine Schweizer Delegation war auf Besuch, namentlich unser Bundesrat Herr Johann Schneider-Ammann.



Der Gruyère AOC in Verbindung mit Grossveranstaltungen

Curling Weltmeisterschaft: Der Gruyère AOC ist einer der offiziellen Hauptsponsoren an der Weltmeisterschaft Curling-Männer, die vom 31. März bis 8. April in Basel stattfinden wird. www.wmcc2012.ch

Tour de Romandie vom 24. bis 29. April über folgende Etappen:

Dienstag, 24. April: Prolog in Lausanne (3,34 km) • **Mittwoch, 25. April:** Morges – La Chaux-de-Fonds (Streckenettepe 184,5 km) • **Donnerstag, 26. April:** Montbéliard (F) - Moutier (Streckenettepe 149,1 km) • **Freitag, 27. April:** La Neuveville - Charmey (Streckenettepe 157,6 km) • **Samstag, 28. April:** Bulle - Sion (Streckenettepe 179,8 km) • **Sonntag, 29. April:** Einzelzeitfahren in Crans-Montana (16,58 km)
www.tourderomandie.ch

BEA in Bern, vom 27. April bis 6. Mai, die grosse Frühlingsmesse im Espace Mittelland. www.beapferd.ch

Luga in Luzern, vom 27. April bis 6. Mai, die grosse Zentralschweizer Erlebnismesse. www.luga.ch

Cambremer Messe (Frankreich): diese den AOC Produkten gewidmete Messe in der Normandie wünscht am 28. und 29. April die Gruyère AOC Präsenz mit einer Demonstration über die Käseherstellung. www.lesrencontresdecambremer.fr

Tour de Suisse: vom 9. bis 17. Juni mit folgenden Städteetappen:

Samstag, 9. Juni: Lugano - Lugano • **Sonntag, 10. Juni:** Verbania (I) - Verbier • **Montag, 11. Juni:** Martigny - Aarberg • **Dienstag, 12. Juni:** Aarberg – Trimbach/ Olten • **Mittwoch, 13. Juni:** Olten/ Trimbach – Gansingen • **Donnerstag, 14. Juni:** Wittnau – Bischofszell (TG) • **Freitag, 15. Juni:** Zeitfahren Gossau (ZH) – Gossau (ZH) • **Samstag, 16. Juni:** Bischofszell (TG) - Arosa • **Sonntag, 17. Juni:** Näfels-Lintharenta - Sörenberg
www.tds.ch

Juralp Cup

Zahlreiche Bikers werden zu dieser MTB

Etappentour durch die ganze Romandie erwartet.

Sonntag, 29. April: «Zeta Bike» in Colombier (NE) • **Samstag, 19. Mai:** «Glânoise MifromaTrophy» in Ursy (FR) • **Sonntag, 17. Juni:** «Raid Evolénard» in Les Haudères (VS) • **Sonntag, 1. Juli:** «Chasseron Cup» in Les Rasses (VD) • **Samstag, 7. Juli:** «Valterbimania» in Montsevelier (JU) • **Samstag, 11. August:** «Sense Bike» in Alterswil (FR) • **Sonntag, 26. August:** «Barillette» in Chéserey (VD) • **Sonntag, 23. September:** «Sommètres Tour» in Le Noirmont (JU)
www.juralp-cup.ch

Mille Gruyère

10- bis 15-Jährige messen sich an den Regionalfinals im Hinblick des Schweizerfinals vom 22. September in Aarau (siehe Seite 16).
www.mille-gruyere.ch

Eröffnung der neuen Ausstellung in Ponts-de-Martel

Die Schaukäserei präsentiert am 11. und 12. Mai anlässlich der zwei Tage der offenen Tür ihre neue Ausstellung (siehe Seite 12).

www.fromagerie-les-martel.ch

Francomanias

Das Musiktreffen in Bulle vom 15. bis 19. Mai. www.francomanias.ch

European Athletics Championships 2012

Vom 26. Juni bis 1. Juli wird Helsinki zur europäischen Hauptstadt der Leichtathletik.

Nur wenige Wochen vor den Olympischen Spielen in London ist dieses Treffen für einige Sportlerinnen und Sportler entscheidend. Dank einer ausserordentlichen Fernsehpräsenz wird der Gruyère AOC seinen Auftritt auf Europäischer Ebene verstärken.

www.helsinki2012.fi/en

Slowup Gruyère

Dieses Treffen, das jedes Jahr unzählige Leute anzieht wird am Sonntag, 8. Juli stattfinden.

www.slowup.ch

Paléo Festival

Vom 17. bis 22. Juli, das inzwischen legendäre Hot-fondue wird auch dieses Jahr die Festivalbesucher erfreuen.

www.paleo.ch

Gruyère Cycling Tour

Am Sonntag, 26. August, werden Bulle und die Voralpen zur Radfahrer-Hochburg.

www.gruyere-cycling-tour.ch

Women Sport Evasion

Am 1. und 2. September versammeln sich um die 1'000 Frauen im Langenthaler Stadion zu verschiedenen Fitnessaktivitäten. Ein Wochenende zum Ausbrechen und Entspannen!

www.womensportevasion.ch

Comptoir Suisse

Diese 93. Ausgabe vom 14. bis 23. September 2012 steht unter dem Thema Ernährung, wobei der Gruyère AOC seine hervorragenden Qualitäten in den Vordergrund stellen wird.

www.comptoir.ch

Open bike Gruyère

Am Samstag, 15. September, messen sich die Biker auf diesem technisch anspruchsvollen Parcours durch Haut-Intyamon. www.openbike.ch

Züspa

Vom 21. bis 30. September in Zürich. Die grösste Zürcher Messe mit rund 100'000 erwarteten Messebesuchern.

www.zuespa.ch

Olma

Vom 11. bis 21. Oktober empfängt St. Gallen die grosse Ostschweizer Landwirtschafts- und Ernährungsmesse. Der Gruyère AOC wird mit seinem immer bestens besuchten Stand daran teilnehmen.

www.olma.ch

Goûts et Terroirs

Vom 31. Oktober bis 4. November in Bulle. Der Gruyère AOC erfreut als Partner dieser Veranstaltung den Gaumen und die Sinne der Messebesucher.

www.gouts-et-terroirs.ch



Die Käserei von Les Ponts-de-Martel erneuert ihre Ausstellung

An einem eisigkalten Februartag fahren wir nach Les Ponts-de-Martel, um die neue Ausstellung zu besichtigen. Die Ankunft erfolgt zögernd, denn über die Strassen und Felder wehten Unmengen von Schnee. Diese märchenhafte Landschaft im Herzen des Kantons Neuenburg erfreut sich einer interessanten Lage für die Promotion des Gruyère AOC.

Erinnern wir uns an den Anfang dieser Käserei. 1992 wurde sie als Folge eines Zusammenschlusses mehrerer Gesellschaften von Anfang an für die Bekanntmachung der Gruyère AOC Herstellung konzipiert. Deshalb wurde eine Besuchergalerie erstellt, wo die Gäste durch Glasabdeckungen über dem Zentrum die Käser bei ihrer täglichen Arbeit beobachten können. Rundherum befinden sich ein Dutzend Informationstafeln, worauf die wichtigsten Schritte der Gruyère AOC Herstellung erklärt werden. Der gleichzeitig aufsteigende Molkegeruch wirkt auf viele Besucher sowohl beeindruckend als auch überraschend. Von Anfang an war man sich einig, dass der Besuch gratis sein soll, denn die

Priorität gebührt dem didaktischen Aspekt sowie der Bekanntmachung der Gruyère AOC Herstellung. Dieses ehrgeizige Projekt wurde unter anderem vom Kanton Neuenburg und diversen Organisationen unterstützt.

Enge Zusammenarbeit mit der IPG

Die Sortenorganisation Gruyère ist überzeugt, dass diese Käserei für



die Promotion des Gruyère AOC im Jura- und Aargau-Raum offensichtlich interessant war. Es entwickelte sich eine enge Zusammenarbeit zwischen den beiden Betrieben von Pringy und Les Ponts-de-Martel. «Das heisst, indem wir unser Knowhow vereini-

gen, können wir den Besuchern eine Qualitätsausstellung präsentieren und gleichzeitig das Interesse für den Gruyère AOC verstärken», erklärt Laure Rousseau von der IPG.

Eine stets attraktive Ausstellung

Mit der Erhaltung der AOC im Jahr 2001 mussten die Informationstafeln aktualisiert werden. Diese Anerkennung galt es seither auch bekannt zu machen. Nach 10 Jahren realisierte man, dass diese Tafeln bei den Besuchern an Aktualität verloren hatten. «Darum haben wir mit der IPG beschlossen, diese Ausstellung mit neuen Mitteln zu beleben», erklärt Sandrine Germain, die Verantwortliche vor Ort.

So machten sich Laure Rousseau und Sandrine Germain ans Werk. Sie haben das ganze visuelle Konzept sowie dessen Inhalt überholt. Ein Grafiker aus der Region realisierte die neuen Informationsträger. «Er kennt unsere Bedürfnisse sehr gut, denn wir arbeiten schon seit mehreren Jahren zusammen», ergänzt Sandrine Germain. Was die Texte betrifft, wurden sie einzeln überarbeitet und unter anderem der von der IPG verwendeten aktuellen Terminologie angepasst.

Maturation, affinage et stockage

Le Gruyère connaît plusieurs étapes:

- Les fromages passent d'abord 10 jours dans la cave dite «Frais» à une température de 10 degrés au-dessus de zéro, reposant et reposant quotidiennement.
- Elles traversent ensuite dans la cave dite «Chaud» à 12°C, à une température constante de 12°C, pendant 10 jours.
- Passent dans deux étapes d'affinage de 10 jours, le fromage est mis dans des moules en bois, dans une cave dite «Stockage».

C'est à ces deux dernières étapes, les fromages sont affinés dans une cave dite «Stockage» pendant 10 jours, à une température constante de 12°C, pendant 10 jours.

La cave dite «Frais» à 10 degrés, les fromages sont affinés pendant 10 jours, à une température constante de 10 degrés, pendant 10 jours.

Le fromage est ensuite affiné pendant 10 jours, à une température constante de 12°C, pendant 10 jours.



Reifung und Lagerung

Der Reifungsprozess umfasst drei Phasen:

- In der ersten Phase wird das Käse an der Temperatur von 10°C gelagert, um es zu reifen zu lassen und es zu reifen zu lassen.
- In der zweiten Phase wird das Käse an der Temperatur von 12°C gelagert, um es zu reifen zu lassen und es zu reifen zu lassen.
- In der dritten Phase wird das Käse an der Temperatur von 12°C gelagert, um es zu reifen zu lassen und es zu reifen zu lassen.

Die Reifungsphase umfasst drei Phasen: In der ersten Phase wird das Käse an der Temperatur von 10°C gelagert, um es zu reifen zu lassen und es zu reifen zu lassen. In der zweiten Phase wird das Käse an der Temperatur von 12°C gelagert, um es zu reifen zu lassen und es zu reifen zu lassen. In der dritten Phase wird das Käse an der Temperatur von 12°C gelagert, um es zu reifen zu lassen und es zu reifen zu lassen.

Maturation and storage

The maturation process consists of several stages:

- First, the cheese wheels are put in the «Frais» cellar at a temperature of 10 degrees Celsius for 10 days, where they are aged and ripened daily.
- They are then moved to the «Chaud» cellar at 12 degrees Celsius for a period of 10 days, where they are aged and ripened daily.
- The cheese is then aged in the «Stockage» cellar at 12 degrees Celsius for 10 days, where they are aged and ripened daily.

The cheese is then aged in the «Stockage» cellar at 12 degrees Celsius for 10 days, where they are aged and ripened daily. The cheese is then aged in the «Stockage» cellar at 12 degrees Celsius for 10 days, where they are aged and ripened daily. The cheese is then aged in the «Stockage» cellar at 12 degrees Celsius for 10 days, where they are aged and ripened daily.

Maturation e stockage

Il y a trois étapes principales:

- La première étape consiste à laisser le fromage à 10 degrés pendant 10 jours, afin qu'il se réveille et se réveille.
- La deuxième étape consiste à laisser le fromage à 12 degrés pendant 10 jours, afin qu'il se réveille et se réveille.
- La troisième étape consiste à laisser le fromage à 12 degrés pendant 10 jours, afin qu'il se réveille et se réveille.

La troisième étape consiste à laisser le fromage à 12 degrés pendant 10 jours, afin qu'il se réveille et se réveille. La troisième étape consiste à laisser le fromage à 12 degrés pendant 10 jours, afin qu'il se réveille et se réveille. La troisième étape consiste à laisser le fromage à 12 degrés pendant 10 jours, afin qu'il se réveille et se réveille.



www.gruyere.ch / www.fromagerie-les-martel.ch



Eine zusätzliche Tafel gibt Auskunft über die Rolle der Sortenorganisation Gruyère. Alle diese Tafeln erzählen eine Geschichte, und nicht nur irgendeine, sondern jene der Gruyère AOC Herstellung. Um vermehrt Besucher anzusprechen – sowie kleinere Besucher zu packen – führt Sie das Maskottchen der Käserei in Form einer Maus durch die Ausstellung. Auf jeder Tafel ist sie gegenwärtig und agiert je nach Thema. Dieser sowohl spielerische als auch pädagogische Aspekt bedeutet den Initianten des Projekts sehr viel.

Besucher in den Bann

Die Besucher werden «wie zu Hause»



empfangen. Die Besucherfrequenz ist unregelmässig. Im Winter ist sie eher schwach, während die Monate April und Mai die höchste Besucherzahl aufweisen. «Wir empfangen viele Schulklassen, welche sich für die Herstellung des Gruyère AOC interessieren, während sich vom Juni bis Oktober hauptsächlich Touristen einstellen», äussert sich die Verantwortliche vor Ort. Es ist zu erwähnen, dass die Besuchergalerie seit 2011 mit Hilfe einer mobilen Rampe auch rollstuhlgängig ist. Ein weiteres in Zusammenarbeit mit der IPG ausgeführtes Erfolgsabenteuer.

Immer in Bewegung

Die nächste Etappe gilt der Intensivierung des Stellenwertes der Schaukäserei bei den touristischen Organisationen. Sandrine und Didier Germain investieren viel in diese Rolle: «Wir müssen dauernd unseren Platz auf der kantonalen touristischen Plattform erwähnen», präzisieren die Beiden. Deshalb arbeiten sie in verschiedenen Kommissionen mit, worin sie den Stellenwert der Ausstellung verteidigen. Ihre Anstrengungen tragen bereits Früchte, denn die Schaukäserei wur-

de als Interessensepunkt für den lokalen Tourismus anerkannt.

Die Käserei hat am 5. Januar 2012 auch das ISO Zertifikat 22'000 erhalten. Der Fabrikationsverantwortliche, Didier Germain, benötigte zwei Jahre für die detaillierte Erstellung dieser strengen Verwaltung der Käsereifunktion. Zur Feier der Erreichung all dieser erfreulichen Projektziele organisieren Didier und Sandrine Germain am 11. und 12. Mai 2012 ein Einweihungsfestwochenende. Selbstverständlich wird sich der Gruyère AOC an diesem Tag die Ehre geben.

Praktische Informationen:

Öffnungszeiten: alle Tage von 08.00-12.00 Uhr und 17.00-19.00 Uhr
Besuch: gratis
 Tel: +41 32 937 1666
 Fax: +41 32 937 1419
 E-Mail info@fromagerie-les-martel.ch
 Adresse: Major-Benoit 25, CH-2316 Les Ponts-de-Martel

www.fromagerie-les-martel.ch



Die schönsten Kühe in der Swiss Expo 2012 Arena

22'000 Besucher verfolgten vom 12. bis 15. Januar den Internationalen Rinderwettbewerb an der Swiss Expo im Lausanner Beaulieu und besuchten die agrotechnische Berufsausstellung. Der Gruyère AOC war auch dabei. Jeder Züchter, der im Ring ein Tier präsentierte trug ein Nummernschild mit der Aufschrift: Gruyère AOC. Zudem hielt die IPG mit dem Switzerland Cheese Marketing einen Stand. Dort verkaufte man unseren bestens präsentierten Hartkäse nebst anderen Schweizerkäsesorten. Ebenfalls wurden zwei Filme gezeigt, der eine über die Herstellung des Gruyère AOC und der andere über die Gruyère Route.

Während den vier Tagen wurden unter dem prüfenden Richterblick 1'000 Kühe und Rinder im Ring vorgeführt. Die vorführenden Züchter waren alle weiss gekleidet und sehr darauf bedacht ihre Tiere bestens zu präsentieren. «Man muss gleichzeitig streng und sehr ruhig bleiben», erklärte Cédric Germain, der mit seinem Vater im waadtländischen St-Georges Milch für den Gruyère AOC produziert. «Das ist schwierig,

weil die Tiere ungeduldig und ihre Euter voll Milch sind. Man muss sie deshalb kurz halten, damit sie ruhig bleiben; und man muss sie so vorführen, dass sie auch wirklich gut aussehen.»

Leidenschaftliche Züchter

Im Ring spürt man den Stolz der Züchter über ihre schönen Tiere. Elvina Huguenin hilft ihrem Vater, ei-



nem Gruyère AOC Milchproduzenten aus La Brévine im Kanton Neuenburg: «Wir sind alle begeistert in unserer Familie. Als ich klein war durfte ich die kleinen Kälbchen vorführen und später Rinder, sobald ich genug Kraft hatte, um sie zu halten. Das ging gut. Wenn die Tiere von klein auf gut behandelt werden und mit ihnen ge-

fühlsvoll umgegangen wird, sind sie liebevoll und man kann mit ihnen ein schönes Verhältnis haben.»

Spannungsgeladen

Bei jeder Bewertung mustert der Richter gelassen die Tiere von allen Seiten, schreitet weiter, kommt zurück und setzt die Arbeit fort. Er nimmt sich Zeit, um die ästhetischen Qualitäten der einen und anderen zu bewerten. Auf der Zuschauertribüne machen Kommentare und Prognosen ihre Runden, während im Wechsel bald ruhige, bald rhythmische Musik den Spannungsdruck erhöht. Die Spannung erreicht ihren Höhepunkt, wenn der Richter seine Klassierung preisgibt, als Erstes der «Königin» auf den Rücken klopft und dann den folgenden Tieren gemäss der von ihm erstellten Rangliste. Applaus, Fotoblitze und hier und dort auch Gemunkel von Überraschung oder Erstaunen!

Die Entwicklung der Schönheitskriterien

Im Laufe der Jahre hat sich die Kuhschönheit gewandelt. «Wenn ich die Fotos meiner ehemaligen Siegerinnen anschau», stellt der Züchter und Gruyère AOC



Milchproduzent Pierre Oberson aus dem freiburgischen Maules fest, «erstaunt es mich dass diese ausgewählt wurden, da die Kühe mittlerweile einem ausserordentlichen Wandel ausgesetzt wurden; sie haben bessere Milcheigenschaften,



ausgeprägtere Euter und kräftigere Glieder.» Genug, um sich zu erfreuen.

«Das ist ausschliesslich ein Schönheitswettbewerb», meint Philippe Gremaud der Marketingabteilung der IPG. «Dabei sind die Kriterien indirekt mit dem funktionalen Aspekt verbunden. Die in den Wettbewerben taxierten kräftigen Glieder und die gute Gangart sind für Tiere, die sich viel bewegen, wichtige Aspekte. Im gleichen Sinn stellen gut platzierte und solide Euter nicht nur ästheti-



sche Kriterien dar, sondern bedeuten auch, dass eine Milchkuh gesund ist.» Der Käser und Käsekäufer der Mifroma, Raoul Etienne, fasst zusammen: «Für einen guten Käse braucht es gute Milch, also gesunde Kühe!» Die Tiere für Rinderwettbewerbe vorzubereiten gehört zur täglichen

Arbeit und führt die Rinderzucht nachhaltig zur Entwicklung von Höchstwerten. Ein Vorgehen, von dem alle Branchen profitieren. Die IPG gratuliert allen Züchtern und Gruyère AOC Milchproduzenten zu ihren an der Swiss Expo 2012 erzielten Auszeichnungen.



Der Gruyère AOC Seite an Seite mit jungen Sportlern und grossen Athleten

Seit mehreren Jahren beteiligt sich die IPG sportlich am Unterhalt der Leichtathletik. Dabei handelt es sich um eine Partnerschaft mit der Europäischen Leichtathletikunion sowie einem gemeinsamen Projekt mit der Swiss Athletics, der Mille Gruyère. Auf Europäischer Ebene sind für die nächsten Monate und Jahre mehrere Höhepunkte zu verzeichnen. Der Beginn erfolgt im Juni 2012 mit den Leichtathletik-Europameisterschaften in Helsinki, der letzten grossen Veranstaltung vor den Olympischen Spielen. Die folgenden Europa Meisterschaften finden in Zürich vom 12. bis 17. August 2014 statt. Dieses Ereignis bietet der IPG eine ausgezeichnete Gelegenheit, die beiden Unterstützungen, nämlich jene des Wettkampfs auf höchster Ebene mit jener des Schweizer Nachwuchs kompetent zu verbinden.

Dank dem *Mille Gruyère* können sich junge Leichtathletiksportlerinnen und -Sportler an einem Tausendmeterlauf

mit den Besten des Landes messen. Sie können sich frei einschreiben, ob Leichtathletikclubmitglied oder nicht. Die jungen Athleten können sich in diesem Jahr erneut an den regionalen Finals vom Mai bis September in der ganzen Schweiz beteiligen. Die Schnellsten der sechs



Alterskategorien qualifizieren sich für das grosse Finale. Dieses wird am 22. September in Aarau stattfinden.

Zum Vergnügen und für den Nachwuchs

«Seit 2008», stellt Laure Rousseau der Marketingabteilung der IPG fest, «sind wir stolz auf die

aktive Beteiligung an dieser Veranstaltung. Umso mehr, als sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus verschiedenen Gründen dafür motivieren: einerseits jene, die einfach Freude am Sport haben und andererseits jene, die gezielt für die Nachfolge trainieren». Anlässlich der ersten Junioren Olympiade/ Youth Olympic Games (YOG) 2010 in Singapur gewann die 1993 geborene Schweizerin Andrina Schläpfer die Silbermedaille am 1000 Meterlauf. Diese Jungathletin beteiligte sich vorab ebenfalls am *Mille Gruyère*.

Zwei ein halb Runden ohne Halt im Stadion

Für 10- bis 15-Jährige eine grosse Herausforderung zwei ein halb Mal über die Aschenbahn im Stadion zu rennen. Sie müssen während 3 bis 5 Minuten ohne Halt „ihr Letztes“ hergeben. Diese Disziplin erfordert nebst der Ausdauer auch taktisches Können. Zudem ist die Geschwindigkeitsverwaltung sehr wichtig. Trotz diesen Schwierigkeiten zieht diese Herausforderung immer mehr Mädchen und Jungen an: «Der *Mille Gruyère* setzt sich Jahr für Jahr stärker durch», stellt der



Verantwortliche des Swiss Athletic Marketings, Philipp Schmid, fest. «Die Teilnehmerzahl vergrößert sich jedes Jahr.»

Der Gruyère AOC an der Seite junger Sportlerinnen und Sportler

Der Gruyère AOC ist Hauptpartner dieser Jugendveranstaltung. An jedem regionalen Finale tritt er mit einer ausgezeichneten Erscheinung auf: aufblasbare Bogentore, Schriftbänder, Pop-up und Strandflaggen. Jedes Kind erhält eine Portion Gruyère AOC Käse und ein mit dem Gruyère AOC Logo bedrucktes T-Shirt. Dieses Engagement für die jungen Sprinterinnen und Sprinter passt sehr gut zu unserem Käse. Tatsächlich lässt sich das Gruyère AOC Image leicht mit der Jugend, dem Sport sowie gesunder und aktiver Lebensweise verbinden.

Einem Leichtathletikstar gleichen

Ohne Zweifel sind die Europa Meisterschaften in Zürich 2014 für die jungen Schweizerinnen und Schweizer eine zusätzliche Motivation, um sich für die Teilnahme am *Mille Gruyère* zu interessieren. Philipp Schmid: «Eine solche Sportveranstaltung animiert sicher sowohl Mädchen als auch Jungen für die Leichtathletik, um einmal einem Spitzensportler wie im Fernsehen zu gleichen. Es muss gesagt sein, dass gewisse in unserem Land Stars sind.»

Der Gruyère AOC an der Seite grosser Athleten und Zuschauer

Die IPG beschäftigt sich gegenwärtig mit ihrer Förderungskampagne anlässlich der Leichtathletik Europameisterschaft 2014 in Zürich. Auf Grund des grossen Echos dieses Sportereignisses plant sie ihre Präsenz sowohl auf dem Letzigrundgelände als auch in der Stadt selber, um ihre Anwesenheit zusätzlich zu markieren. Diese verstärkte Präsenz drängt sich auf, weil unser Hartkäse hauptsächlich in der Schweiz vermarktet wird.

Eine unübersehbare Medienpräsenz

Man kann bereits voraus sehen, dass die Präsenz des Gruyère AOC in Zürich Erfolg versprechend und die Medien von grosser Bedeutung sein werden. Während den Europameisterschaften in Barcelona zum Beispiel wurden über Tausend Stunden Fernsehübertragungen gemessen, während denen die Gruyère AOC Marke gut sichtbar war.

Ein erstes Treffen in Helsinki vom 27. Juni bis 1. Juli 2012

Vor dem grossen Treffen 2014 wird der Gruyère AOC zu den Europäischen Leichtathletikmeisterschaften 2012 nach Finnlands Hauptstadt Helsinki fliegen. Einige Tage vor und während der ganzen Veranstaltung wird er in den Läden in und um Helsinki gegenwärtig sein. In den zu diesem Anlass

auf dem Stadionsgelände aufgestellten Zelten, werden dem Publikum zwei Sorten Gruyère AOC und Fondue zur Degustation angeboten. Zudem müssen die vier vor Ort amtierenden Traiteurs für die Zubereitungen den Gruyère AOC verwenden: so wird unser Käse in Sandwichs, Paninis, in Aufläufen und weiteren Formen in Restaurants und auf dem olympischen Stadionsgelände verkauft



werden. Laure Rousseau war bereits vor Ort, um die Werbung des Gruyère AOC während der Veranstaltung abzuklären. Sie betont, dass sich die Restaurateure allgemein zum Mitmachen einverstanden erklärten: «Die Einen wie die Anderen schätzten die Qualität unseres Produkts und haben sich begeistert bereit erklärt, dieses für ihre Zubereitungen zu verwenden.» So wird eine beachtliche Anzahl der 160'000 Besucher des Helsinki-Stadions in den Genuss unseres Käses gelangen.

www.mille-gruyere.ch





Rezepte



Süsskartoffel-Risotto mit Gruyère AOC

Zutaten, für 4 Personen:

200 g Gruyère AOC
2 Süsskartoffeln, ca. 350 g
3 EL Olivenöl
1 Zwiebel
2 Knoblauchzehen
300 g Risottoreis
Ca. 1 l heisse Gemüsebouillon
2 Zweige Rosmarin
25 g getrocknete Cranberries
200 g junger Spinat
Salz, Pfeffer

Zubereitung:

Süsskartoffeln schälen, in etwa 1,5 cm grosse Würfel schneiden. 1 ½ Esslöffel Öl erhitzen. Süsskartoffeln zufügen, bei mittlerer Hitze 5-8 Minuten goldbraun braten.

Zwiebel und Knoblauch fein hacken. Im restlichen Öl andünsten, Risottoreis mitdünsten. Heisse Bouillon nach und nach dazugiessen. 20 Minuten köcheln und gelegentlich umrühren.

Etwa die Hälfte vom Gruyère AOC in Späne schneiden, den restlichen Gruyère AOC fein

Lattich auf Couscous mit Gruyère AOC-Nusskruste

Zutaten, für 4 Personen:

200 g rezentier Gruyère AOC
25 g Butter
2 EL Mehl
4 dl Milch
Salz, Pfeffer, Muskatnuss
200 g Couscous
2 dl Gemüsebouillon
800 g Lattich
75 g Pekannüsse
einige Butterflöckchen

Zubereitung:

Butter in einer kleinen Pfanne schmelzen, Mehl darin kurz dünsten. Milch dazugiessen, unter Rühren aufkochen und 5 Minuten köcheln.

reiben. Rosmarinnadeln fein hacken. Süsskartoffeln, Rosmarin, Cranberries und Spinat unter den Risotto rühren. Sobald der Spinat zusammenfällt, den geriebenen Gruyère AOC daruntermischen, mit Salz und Pfeffer abschmecken und mit den Gruyère AOC-Späne bestreuen.



Gruyère AOC reiben, die Hälfte unter die Sauce rühren. Mit Salz, Pfeffer und Muskatnuss würzen.

Couscous in einer Gratinform verteilen. Bouillon aufkochen und darübergiessen.

Lattichblätter vom Strunk lösen. Blätter in kochendem Salzwasser kurz blanchieren, bis sie zusammenfallen. Herausheben, gut abtropfen lassen.

Couscous mit einer Gabel auflockern. Lattich darauf legen und mit Sauce begiessen. Pekannüsse grob hacken, mit dem restlichen Gruyère AOC über den Gratin streuen. Mit Butterflöckchen belegen.

In der Mitte des 220 Grad heissen Ofens etwa 15 Minuten überbacken