

LE GRUYÈRE[®]
SWITZERLAND



präsentiert die Trimesterausgabe
der Sortenorganisation Gruyère
Besondere Ausgabe



l'oiseau

Jahresbericht **2013**
Interprofession du Gruyère



INHALT

- 03 BOTSCHAFT DES PRÄSIDENTEN
- 04 ALLGEMEINE LAGE
- 06 MENGENMANAGEMENT
- 07 MARKTLAGE
- 08 AOP-DOSSIER UND INTERNATIONALE LAGE
- 09 QUALITÄT DES GRUYÈRE AOP
- 11 AUSZEICHNUNG FÜR DEN GRUYÈRE AOP AN NATIONALEN UND INTERNATIONALEN WETTBEWERBEN
- 13 MARKETING
- 16 VERANSTALTUNGEN 2013
- 18 ORGANE DER SORTENORGANISATION GRUYÈRE
- 21 VORSTAND DER SORTENORGANISATION GRUYÈRE
- 22 PERSPEKTIVEN 2014

GRAFIKEN

- 04 AUFTEILUNG DES VERKAUFS VON GRUYÈRE AOP IM JAHRE 2013
- 05 VERKAUF 2013 IN DER SCHWEIZ UND EXPORT
- 06 PRODUKTION 2012-2013
- 07 VERGLEICH DES VERKAUFS
- 10 QUALITÄTSVERGLEICH NACH KALENDERJAHR
- 12 VERGLEICH DER PRODUKTION (KASEINMARKEN)
- 14 VERGLEICH DER JÄHRLICHEN EXPORTE VON GRUYÈRE AOP
- 15 VERGLEICH DER EXPORTE (JANUAR – MÄRZ)
- 18 VERGLEICH DER ENTWICKLUNG DER VORRÄTE (ENDE MÄRZ 2014)
- 22 ZUSAMMENFASSUNG DER AUFTEILUNG DES GESAMTEN PRODUKTIONSPOTENTIALS DES GRUYÈRE AOP NACH KÄSEREI UND KANTON FÜR DAS JAHR 2014

www.gruyere.com

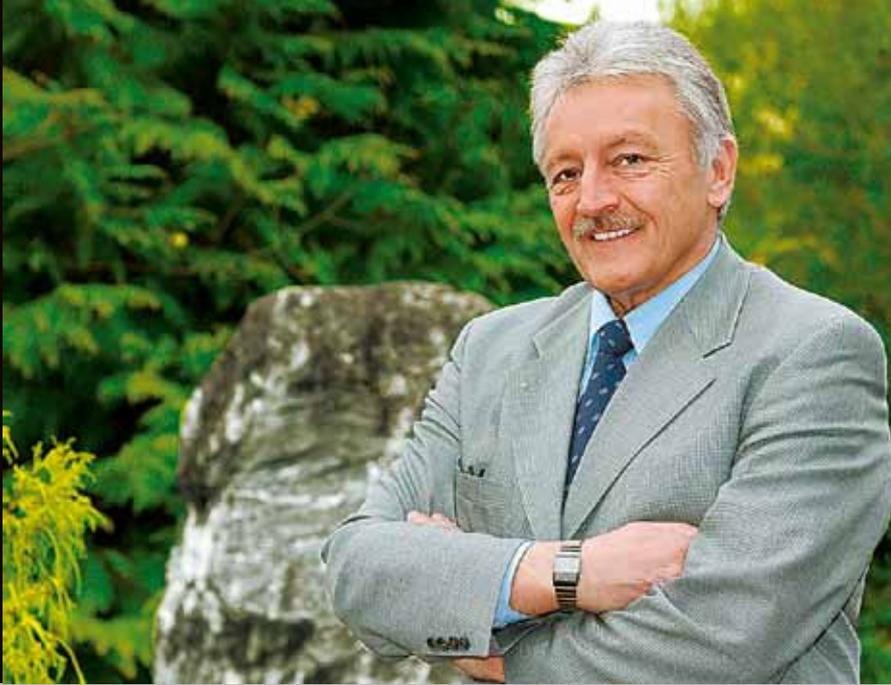
Impressum

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

Redaktion:
Interprofession du Gruyère
Microplume, www.microplume.ch
Auflage: 3'200 Exemplare

Übersetzung:
Trait d'Union
3000 Bern
www.traitdunion.ch

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



Botschaft des **Präsidenten**

Danke !

Mit Befriedigung können wir den Abschluss des Geschäftsjahres 2013 der Sortenorganisation Gruyère AOP Switzerland zur Kenntnis nehmen.

Unsere Situation im Branchenvergleich ist beneidenswert, der ausbezahlte Milchpreis ist einer der höchsten in der Schweiz und die Käser und Affineure können eine zukunftsichernde Betriebsmarge erwirtschaften.

In erster Priorität richtet sich mein Dank an alle Milchproduzenten, Käser und Käsehändler und alle ihre Mitarbeiter für die geleistete Arbeit und die kompromisslose Einhaltung des Pflichtenhefts und Regeln der guten Herstellungspraxis der Interprofession du Gruyère AOP.

Ich danke den Mitgliedern der Delegiertenversammlung, des Komitees und den Kommissionen für ihr Engagement. Sie haben wichtige Entscheide getroffen im

Interesse des Gruyère und der Zukunft unserer Organisation. Vielfach nach kontroversen Diskussionen hat sich das gemeinsame Ziel, den Gruyère AOP und die IPG zu stärken, gegenüber den Partikularinteressen durch-



gesetzt. Unser demokratischer Entscheidungsprozess "Mehrheit in jeder Gruppe" zwingt uns Lösungen zu finden die für alle akzeptabel sind.

Wir haben eine gut schweizerische, und mehr und mehr im Trend liegende Organisationsform, in einer globalen unpersönlichen Wirtschaft, 2500 unabhängige Unternehmen der IPG auf ein gemeinsames Ziel "Gruyère AOP" auszurichten.

Danke an Philippe Bardet und sein Team das ihren täglichen Beitrag leistet, dass unsere Organisation reibungslos funktioniert.

Danke an Philippe Bardet und an alle die dazu beigetragen haben, dass "Gruyère AOP Switzerland" als Marke in USA und Südafrika eingetragen werden konnte. Ich freue mich mit ihnen weiterhin die Zukunft der Sortenorganisation Gruyère AOP Switzerland zu gestalten.

Oswald Kessler
Präsident der IPG

LE GRUYÈRE[®]
SWITZERLAND



Allgemeine Lage

Die Sortenorganisation Gruyère konnte 2013 ihre Aufgaben basierend auf der zu Beginn des Jahres erarbeiteten Vision 2025 in einem positiven Umfeld fortsetzen. Die Verteidigung des Namens und des Produkts wurde mit der Eintragung zwei wichtiger Marken in den Vereinigten Staaten und in Südamerika gestärkt. Diese im Jahr 2007 eingeleiteten Schritte führten in diesem Herbst zu einem Erfolg mit einer Wortmarke in Südafrika und einer halb bildlichen Darstellung in Übersee. Diese zwei Eintragungen in Ländern ohne Reglementierung der Herkunftsbezeichnung sind eine entscheidende Voraussetzung für den Kampf gegen Betrügereien mit der Verwendung des Namens Gruyère. Dieses Ergebnis wurde möglich dank der Arbeit der durch die Sortenorganisation beauftragten Anwälte sowie einer ständigen Koordination mit den Bundesbehörden, die zudem eine willkommene Finanzhilfe für dieses Vorgehen leisteten.

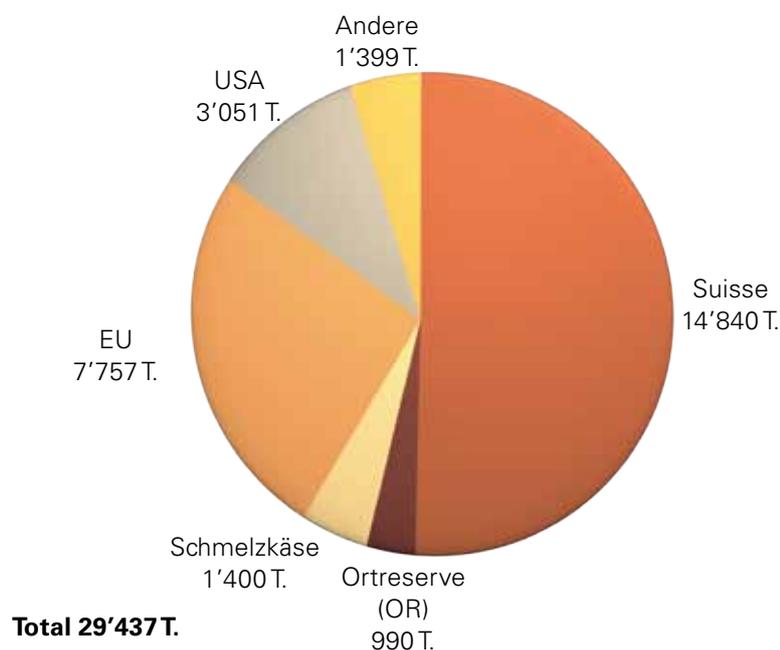
Dieser rechtliche Aspekt ergänzt den bereits bestehenden Schutz in der europäischen Union durch

das Abkommen zur gegenseitigen Anerkennung. Auf dieser Grundlage konnte die Sortenorganisation ihre Wachstumsphase auf dem Markt fortsetzen. Trotz einer eher düsteren Wirtschaftslage konnte Le Gruyère AOP seine Verkäufe in der Schweiz wie auch im Ausland ausdehnen. Die erreichte Zunahme in den Vereinigten Staaten und Deutschland ist sehr er-

freulich. Dabei ist zu beachten, dass Le Gruyère AOP in mehr als 50 Länder verkauft wird. Hier gibt es noch wesentliche Entwicklungsmöglichkeiten.

Diese Erhöhung erlaubte es, den Käsereien zusätzliche Mengen von temporär 2% zu bewilligen. Dazu kommt das Volumen der neuen Käserei Düdingen. Dank dieser

Aufteilung des Verkaufs von Gruyère AOP im Jahre 2013 in Tonnen





Wirtschaftskraft konnten auch zahlreiche Produktionsstandorte renoviert oder neue Gebäude bezogen werden.

Die Produktion von Gruyère AOP näherte sich im Jahr 2013 der Schwelle von 30'000 Tonnen, die alle bis heute als Gaumenfreuden für die Konsumenten einen Käufer gefunden haben. Zudem wurden diese Mengen mit einer zuverlässigen Qualität produziert, die man im Herbst 2014 im Rahmen der Auszeichnung für die besten durchschnittlichen Taxationen über die Jahre 2009-2013 wird ehren können.

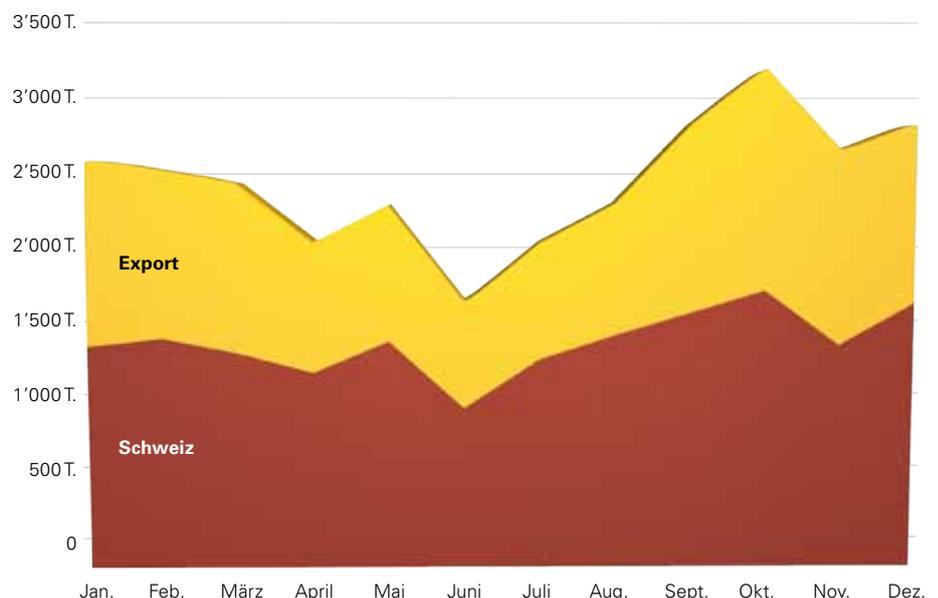
Das Jahr 2013 ist auch ein Übergangsjahr im Bereich der Werbepolitik in der Schweiz. Nach 14 Jahren Partnerschaft mit der Werbeagentur Art-Com, welche den Gruyère innerhalb der zwanzig bekanntesten Marken der Schweiz positioniert hat, wurde dieses Mandat als Wettbewerb ausgeschrieben. Erfolgreich war die Agentur Numéro 10 aus Bern. Die neue Kampagne wurde Ende des Jahres 2013 eingeführt. Sie stellt Le Gruyère AOP mit dem Slogan „Der Geschmack der Schweiz seit 1115“ in den Vordergrund und auf der Bühne sprechen Gruyère-Stücke ein sehr breites Publikum an.

Dank den allgemein günstigen Aussichten konnte die Delegiertenversammlung Ende Jahr eine Preiserhöhung von insgesamt 55 Rappen pro kg Gruyère AOP ab Gärkeller beschliessen. Diese erste Erhöhung seit 2007 zielt darauf ab, Le Gruyère AOP wieder als Markenprodukt zu positionieren, das eine ganze Branche entschädigen kann und im Sinne eines Produkts mit Ursprungsbezeichnung faire

Handelsbedingungen mit einem garantierten Rückfluss des Mehrwerts in die dezentralisierten Regionen respektiert.

Die Sortenorganisation Gruyère wird ihre Vision von einer angemessenen Erhöhung von Menge und Preis mit Respekt vor Know-how und Tradition weiterverfolgen und ein modernes Produkt für Jung und Alt sowie für alle Einkommensklassen anbieten.

Monatlicher Verkauf 2013 (Tonnen)





Mengenmanagement

Die Sortenorganisation Gruyère führte ihre Linie der konsequenten Mengensteuerung unter Berücksichtigung der Perspektiven auf Mengenerhöhung gemäss dem Grundsatzentscheid vom 21. November 2012 weiter.

Anfangs Januar 2013 konnte in Düdingen eine neue Entität unter besten Voraussetzungen beginnen. Wegen dem zurückhaltenden Beginn der Milchproduktion in den ersten drei Monaten wurden temporäre Volumen von 2% des Globalvolumens bewilligt. Ebenfalls möglich war die Gewährung einer grösseren Flexibilität bezüglich des Halbjahrs. Natürlich bevorzugte die missliche Witterung im Frühling auch

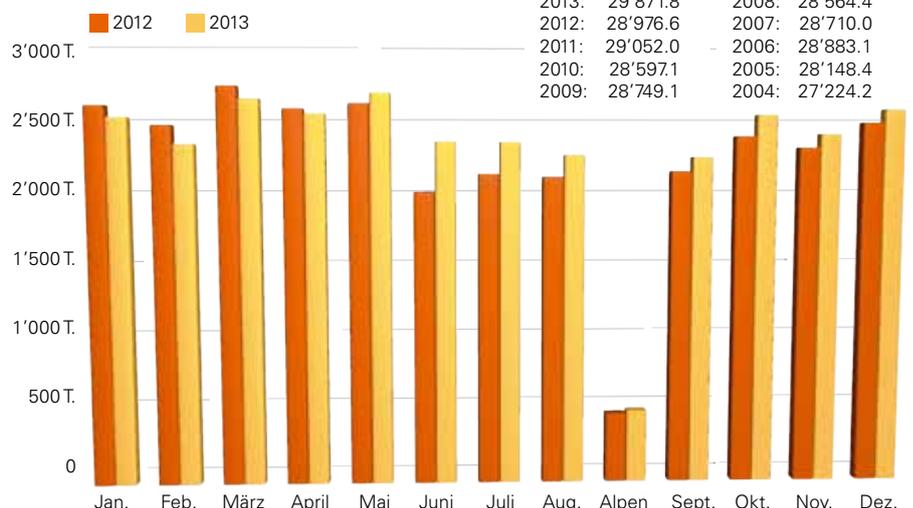
das Fondue gegenüber dem Grill, was die Gesamtverkäufe erhöhte. Es wäre wünschenswert, wenn sich inskünftig die Produktion ähnlich der Kurve von 2013 entwickeln könnte.

Die im 2012 aufgetretenen Qualitätsbedenken veranlassten die Delegiertenversammlung, eine restriktive Massnahme gegenüber den betroffenen Käseereien zu beschliessen. Wenn diese während zwei Jahren eine Taxierung von durchschnittlich unter 18 Punkten aufweisen, das heisst eine Produktion als IB, wurde ihre Menge um 10% gekürzt. Für diejenigen mit 18 bis 18,5 Punkten und einem Anteil von mehr als 10% von IB betrug die Kürzung 5%. Diese jährlichen Massnahmen gelten temporär.

Mit der Perspektive der vorsichtigen Mengenentwicklung und unter Berücksichtigung des Entscheids zur Produktionsumstellung der Käseerei Wengliswil per 01.01.2014 beschloss die Delegiertenversammlung, definitiv 1% zu gewähren und gleichzeitig die Bewilligung der temporären Mengen aufzuheben. Die Marktentwicklung nach der beschlossenen Preiserhöhung per Anfang 2014 wird Hinweise für einen Entscheid im Laufe des ersten Halbjahres 2014 geben. Sicher wird man nur mit einer Qualitätsproduktion und nachhaltigen Verkäufen die Mengen in der Gruyère-Branche weiterentwickeln können.



Produktion 2012-2013





Marktlage

Die Verkäufe von Gruyère AOP entwickelten sich 2013 sehr aufmunternd. Die Anstrengungen der Verkäufer zusammen mit der Verkaufsförderung trugen ihre Früchte. Der Schweizer Markt erreichte praktisch den 2012 erzielten Rekord. Diese hervorragenden Zahlen wurden durch eine Aufwertung sowohl des Detailhandels als auch der Gastronomie erzielt.

Auf globaler Ebene erreichte der Gruyère AOP einen bis anhin nie dagewesenen Umsatz. Noch vielversprechender ist, dass die Verkaufsvolumen sowohl innerhalb der Europäischen Union als auch ausserhalb gestiegen sind. Diese Ergebnisse auf dem internationalen Markt sind äusserst verheissungsvoll, denn mit über 12'000 Tonnen verkauftem Gruyère AOP im Ausland kommt dies einem neuen Rekordergebnis gleich. Während sich der deutsche

Markt sehr positiv gestaltet, bleibt der französische Markt etwas zurück. Frankreich stellte während langer Zeit eines der Zugpferde im Export von Gruyère AOP dar. Der Rückgang auf nunmehr rund 1'700 Tonnen ist sicherlich auf die Wirtschaftslage Frankreichs sowie auf die verstärkte Konkurrenz anderer ähnlicher Käse zurückzuführen. Ungeachtet dieses Rückgangs müssen die in diesem Land unternommenen Marketinganstrengungen jedoch fortgeführt werden. Ausserhalb der Europäischen Union verzeichneten die USA im Jahr 2012 einen leicht getrübbten Markt. 2013 verlief die Entwicklung jedoch sehr positiv. Generell gesehen rechtfertigt dieser neue Exportrekord in den USA die in den letzten zwei Jahren unternommenen Marketinganstrengungen vollkommen.

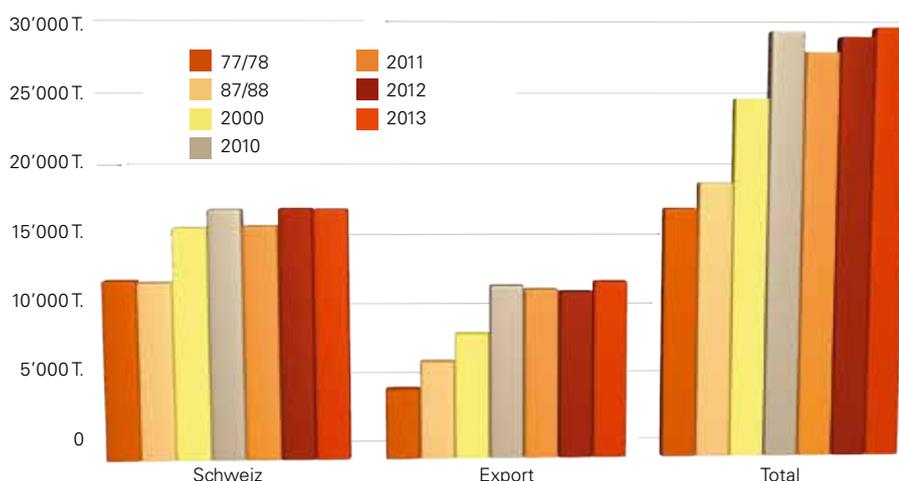
Es ist zu erwähnen, dass Le Gruyère AOP in rund 55 Ländern auf

allen fünf Kontinenten verkauft wird. So ist auf den internationalen Märkten eine konstante Zunahme der Verkäufe von Gruyère AOP festzustellen, während auch seine hervorragende Positionierung auf dem Schweizer Markt aufrecht erhalten bleibt.

Es ist deshalb äusserst wichtig, dass die Rahmenbedingungen der landwirtschaftlichen Gesetzgebung der heutigen Linie folgen. Die neue AP 2014-2017 sieht noch immer eine Stützung für den Käse vor, indem die Verkäsungszulage sowie die Siloverzichtsulage bestätigt wurden. Im gleichen Sinne sind die Bestimmungen, die einen Verkaufsförderungsfonds vorsehen, willkommen. Bedauerlich ist jedoch, dass die höchsten Bundesstellen zwar versprochen haben, Agrarprodukte zu fördern, welche erfolgreich exportiert werden, nun aber gegenteilige Massnahmen getroffen wurden. So sind die Beiträge für den Käse an Switzerland Cheese Marketing und an die Schweizerische Vereinigung zur Förderung der AOP-IGP gesenkt worden. Es ist zudem beunruhigend festzustellen, dass die geschaffenen Regeln zu einer administrativen Erschwerung führen, was sich nicht günstig auf eine effiziente Arbeit in Bezug auf die Konsumentinnen und Konsumenten auswirkt.

Es ist äusserst wichtig, dass die Bundesstellen die von der Branche ausgeführten Arbeiten künftig pragmatisch und effizient unterstützen. Dies ist im Interesse der gesamten Agrarwirtschaft und des Gruyère AOP im Besonderen.

Vergleich des Verkaufs





AOP-Dossier und **internationale Lage**

Im Jahr 2013 hiess die Sortenorganisation Gruyère die erste Änderung des 2001 eingetragenen Pflichtenheftes gut. Wie bereits im Jahresbericht 2012 angekündigt, stimmte die Delegiertenversammlung im Juni 2013 dem Namenswechsel von AOC auf AOP (Appellation d'Origine Protégée) zu. Dieses Dossier wurde dem Bundesamt für Landwirtschaft formgerecht zugestellt. Bis heute ist die Änderung noch nicht in Kraft getreten, da diese Instanz beabsichtigt, für alle Produkte mit dem gleichen Namenswechsel eine Gesamtpublikation vorzunehmen. Die Sortenorganisation hofft, dass dies noch in diesem ersten Halbjahr erfolgen wird. Nichtsdestotrotz wird diese Änderung bereits jetzt in der Werbung vollzogen, und zwar sowohl auf Etiketten als auch auf Werbeartikeln. Alle neuen Dokumente oder Verpackungen tragen bereits heute die neue Namensgebung AOP, gemäss neuem Logo.

Was die Verhandlungen mit der Europäischen Union anbelangt, sei angemerkt, dass sich die Koexistenz zwischen dem französischen Gruyère IGP und dem schweizerischen Gruyère AOP allmählich herausbildet. Die Zusammenarbeit

mit den französischen und europäischen Behörden läuft im Sinne eines weltweiten Schutzes für die Bezeichnung Gruyère optimal.

Insofern ist die Eintragung der beiden Marken, der Wort-Bild-Marke ohne Disclaimer in den USA und der Wortmarke in Südafrika, ein wichtiger Fortschritt zur vollen Anerkennung des Namens Gruyère.



Es gilt an dieser Stelle den Juristen in der Schweiz und in den betroffenen Ländern sowie den Behörden und der Bundesverwaltung für die wichtige Rolle zu danken, die sie in diesem Rahmen gespielt haben.

Es ist also äusserst wichtig, mit den Bemühungen fortzufahren, denn das Erlangen einer Marke ist bloss ein erster Schritt. Sie zu verteidigen wird ein schwierigeres Unterfangen sein, das es täglich

zu meistern gilt. In diesem Sinne ist die Zusammenarbeit mit allen Instanzen und Organisationen unerlässlich. Die Vereinigung zur Förderung der AOP-IGP, Switzerland Cheese Marketing, OriGIn sowie die verschiedenen Behörden, wie das BLW, das IGE und die diplomatischen Dienste, sind für den Schutz unseres Vorzeigeprodukts ebenso unerlässlich.

Beim Abschluss des Swissness-Dossiers in der Schweiz handelt es sich ebenfalls um einen Bereich, der in Zukunft zweifellos den Schutz des Kulturerbes und des Know-hows fördern wird.

LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND 



Qualität des Gruyère AOP

Taxation und Kontrollen

Gemäss den Bestimmungen des Pflichtenheftes wird jeder Posten Gruyère AOP monatlich der Taxation unterzogen, wenn der Käse im Durchschnitt 4,5 Monate alt ist.

Die erste Qualitätsbeurteilung erfolgt durch die Handlungsfirmen bei der Übernahme, die häufig als Wägen bezeichnet wird. Die zweite Kontrolle, oder Taxation, erfolgt durch die Taxationskommission. Diese besteht aus zwei Experten: einer vertritt die Sortenorganisation und einer die Käser. Ein Rekurs gegen das Resultat kann immer eingereicht werden. In einem solchen Fall nimmt die Rekurskommission eine erneute Prüfung vor. Diese Kommission besteht aus zwei Vertretern der Handlungsfirmen und einem Käser. Das Ergebnis ist unwiderruflich. Dieses Vorgehen garantiert die notwendige Objektivität bei der Beurteilung der Qualität des Gruyère AOP, welcher auf dem Markt abgesetzt wird. Eine dritte Beurteilung erfolgt durch die Handlungsfirma/Verkäufer, wenn die Käseläibe den Keller verlassen.

Diese wichtige Arbeit erfordert jederzeit höchste Professionalität sowie eine strikte Vorgehensweise, durch die letztendlich eine einwandfreie Qualität des Gruyère AOP gewährleistet wird – dies sehr zur Freude der Konsumenten in den verschiedenen Ländern.



Global gesehen war die Qualität der Produktion im Jahr 2013 hervorragend. Der Anteil an Käse der Qualität IB war gegenüber dem Vorjahr leicht rückläufig. Es ist somit erfreulich festzustellen, dass die Ende 2012 umgesetzten Massnahmen zur Aufwertung der Qualität des Gruyère AOP Früchte tragen.

96,22 % der Posten konnten dadurch in die Klasse IA eingestuft werden. Der Anteil an Posten mit 19 Punkten oder mehr stieg von 54,58 % im Vorjahr auf 56,20 %.

Der Anteil an Käse der Qualität IB beläuft sich auf 3,46 % und der Anteil an Käse 2. Wahl auf 0,07 %. Von den 52 eingereichten Rekursen gegen die Taxation waren 26 erfolgreich. Aufgrund dieser Ergebnisse konnten Qualitätsprämien in der Höhe von CHF 5'067'984.-- ausbezahlt werden.

Die Qualität des Gruyère AOP Bio nahm insgesamt leicht ab. Dies hat dazu geführt, dass zwei Käsereien diese Produktion eingestellt haben.

Die Produktion von Gruyère d'Alpage AOP war im Jahr 2013 hervorragend. Das hohe Fachwissen der Fabrikanten, die mit veränderten klimatischen Bedingungen konfrontiert sind (wie dies insbesondere zu Beginn der Saison der Fall war), hat zu diesem guten Ergebnis geführt. So konnten 93,14 % der Produktion in die Klasse IA eingestuft werden und 51,06 % haben 19 Punkte oder mehr erreicht.



Chemische Analysen

Wasser-, Fett- und Salzgehalt

Damit die Konsumenten sicher sein können, dass das Produkt der Deklaration und den Bestimmungen des Pflichtenheftes entspricht, führt die Sortenorganisation Gruyère bei jedem Posten eine Analyse der Gehalte durch. Die Ergebnisse haben gezeigt, dass 51 Posten höhere Werte erzielten als im Pflichtenheft vorgeschrieben. Zu 19 Analysen wurde ein Rekurs eingereicht, 13 davon waren erfolgreich. Es ist anzumerken, dass mehr als 2'100 Posten analysiert wurden. Die allgemeine Einhaltung der im Pflichtenheft vorgeschriebenen Gehalte bezieht sich auf einen Durchschnitt von 6 Monaten.

Analyse auf Listerien und spezifische Analysen

Neben den Analysen der Gehalte werden ebenfalls Analysen auf Listerien und bezüglich der hygienischen Qualität durchgeführt. Im Jahr 2013 fielen sämtliche Proben auf Listerien negativ aus und entsprachen somit den gesetzlichen Vorschriften.

Dasselbe Resultat wurde bei den spezifischen Analysen erzielt, was die Konsumenten in ihrer Wahl, den ohne Zusatzstoffe produzierten Gruyère AOP zu kaufen, bestätigt.

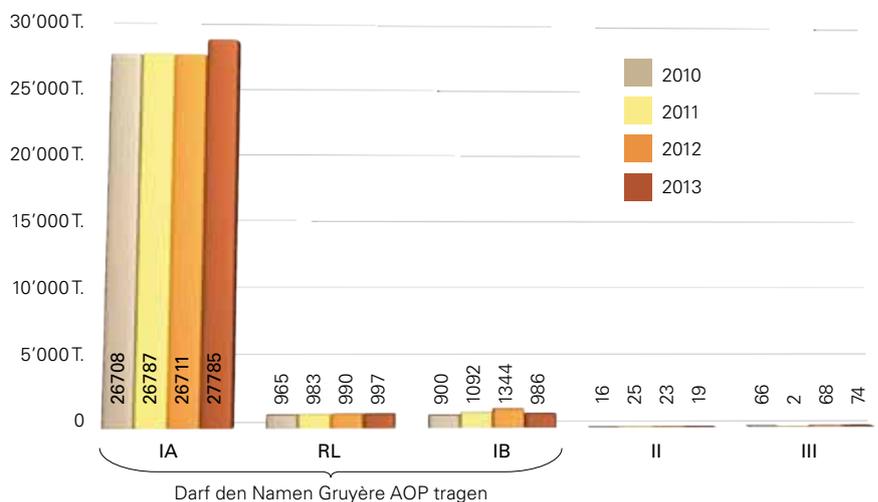
Qualitätskommission

Die Qualitätskommission traf sich zu mehreren Sitzungen. Sie ist aufgerufen, in Zukunft eine wichtigere Rolle zu spielen, indem sie ihre Mitglieder in Delegationen bei Käsereien einsetzt, die sich in Schwierigkeiten befinden, wie

dies im vorliegenden Bericht erwähnt wird (siehe Kapitel zu den Organen der Sortenorganisation). Das Qualitätskriterium ist entscheidend, damit der Gruyère AOP auch in Zukunft in den Käseauslagen zu finden ist.



Qualitätsvergleich nach Kalenderjahr in Tonnen





Auszeichnung für den Gruyère AOP an nationalen und internationalen Wettbewerben

Die Sortenorganisation Gruyère ist stolz auf die zahlreichen Preisträger der verschiedenen Wettbewerbe im Jahr 2013. Sie gratuliert allen Mitgliedern der Branche, welche mit einer hervorragenden Milchqualität und einer bemerkenswerten Produktion und Reifung zu diesen Resultaten beigetragen haben. Die erstklassige Qualität, die daraus hervorgeht, ist die beste Garantie für die Zukunft des Gruyère AOP.

Diese Auszeichnungen verstärken das positive Image unseres Hartkäses. Sie erinnern gleichzeitig daran, dass Qualität auch Respekt der Tradition, der Natur, des Know-hows und äusserste Genauigkeit bei der täglichen Arbeit bedeutet. Durch diese Wettbewerbe wird die Arbeit der gesamten Sortenorganisation honoriert.

Erste Ausgabe des Wettbewerbs „Mondial du Fromage et des Produits Laitiers“ vom 1. bis 3. Juni 2013, Tours, France

Silbermedaillen gingen an:

Herrn Grégoire Kern, Käserei Misery, für seinen durch Margot Fromages SA affinierten Gruyère AOP.
Herrn Nicolas Rey, Alp Plan Rion, für seinen durch Margot Fromages SA affinierten Gruyère d'Alpage AOP.

Nantwich International Cheese Awards – 31. Juli 2013

Goldmedaillen gingen an:

Herrn Pierre Buchillier, Käserei Les Moulins, für seinen durch Emmi affinierten Gruyère AOP Bio.
Herrn Benoît Kolly, Käserei Le Mouret, für seinen durch Emmi affinierten Gruyère AOP

Silbermedaillen gingen an:

Herrn Roland Pittet, Käserei Bouloz, für seinen durch Lustenberger & Dürst AG affinierten Gruyère AOP.
Herrn Vincent Tyrode, Käserei L'Auberson, für seinen durch Margot Fromages SA affinierten Gruyère AOP.

Bronzemedailles erhielten:

Herrn Gérald Raboud, Käserei Courgenay, für seinen durch Emmi affinierten Gruyère AOP.
Herrn Adrian Scheidegger, Käserei Niedermuhren, für seinen durch Crema AG - Von Mühlenen affinierten Gruyère AOP.

Alpkäsewettbewerb der OLMA – Oktober 2013

Jedes Jahr findet im Oktober im Rahmen der OLMA (Messe für Landwirtschaft und Ernährung in St. Gallen) der Alpkäsewettbewerb statt.
Der 3. Preis ging an Herrn Maurice Bapst, Alp Vacheresse,

für seinen durch die Freiburgische Genossenschaft der Alpkäseproduzenten affinierten Gruyère d'Alpage AOP.

Der 5. Preis ging an Herrn Beat Piller, Alp Vounetz, für seinen durch die Freiburgische Genossenschaft der Alpkäseproduzenten affinierten Gruyère d'Alpage AOP.

Der 7. Preis ging an Herrn Yvan Brodard, Alp Les Grenerêts, für seinen durch Mifroma affinierten Gruyère d'Alpage AOP.

Auszeichnungen erhielten:

Die Herren G. Magnin und P.-A. Goly (hergestellt durch Herrn J.-P. Ruch), Alp Les Grands Plats du Vent, für ihren durch Magnenat SA affinierten Gruyère d'alpage AOP.

Herr Pierre-André Barras, Alp Les Groins, für seinen durch die Freiburgische Genossenschaft der Alpkäseproduzenten affinierten Gruyère d'Alpage AOP.

Herr Stefan König, Alp La Vatia d'Avau, für seinen durch die Freiburgische Genossenschaft der Alpkäseproduzenten affinierten Gruyère d'Alpage AOP.

World Cheese Awards 2013 – November 2013

Die World Cheese Awards fanden vom 26. bis 27. November 2013 in Birmingham (England) statt.



Mit einer Super-Gold-Medaille ausgezeichnet wurden:

Die Käserei Cremo AG in Villars-sur-Glâne für ihren durch die Fromage Gruyère SA affinierten Gruyère AOP. (2 Medaillen)

Herr Philippe Geinoz, Käserei Les Sagnettes, für seinen durch Margot Fromages SA affinierten Gruyère AOP.

Herr Gérald Raboud, Emmi AG, Käserei Courgenay, für seinen durch Fromco affinierten Gruyère AOP.

Herrn Vincent Tyrode, Käserei L'Auberson, für seinen durch Margot Fromages SA affinierten Gruyère AOP.

Goldmedaillen gingen an:

Herrn Alexandre Guex, Käserei Châtonnaye, für seinen durch Cremo SA - Von Mühlenen AG affinierten Gruyère AOP (2 Medaillen).

Herrn Franz Jungo, Käserei Strauss,

für seinen durch Cremo SA - Von Mühlenen AG affinierten Gruyère AOP.

Herrn Benoît Kolly, Käserei Le Mouret, für seinen durch Emmi Käse AG affinierten Gruyère AOP.

Herrn Adrian Scheidegger, Käserei Niedermuhren, für seinen durch Cremo SA - Von Mühlenen AG affinierten Gruyère AOP.

Silbermedaillen gingen an:

Herrn Franz Jungo, Käserei Strauss, für seinen durch Cremo SA - Von Mühlenen AG affinierten Gruyère AOP.

Herrn Adrian Scheidegger, Käserei Niedermuhren, für seinen durch Cremo AG - Von Mühlenen SA affinierten Gruyère AOP (2 Medaillen).

Bronzemedaillen gingen an:

Herrn Alexandre Guex, Käserei Châtonnaye, für seinen durch Cremo

SA - Von Mühlenen AG affinierten Gruyère AOP (2 Medaillen).

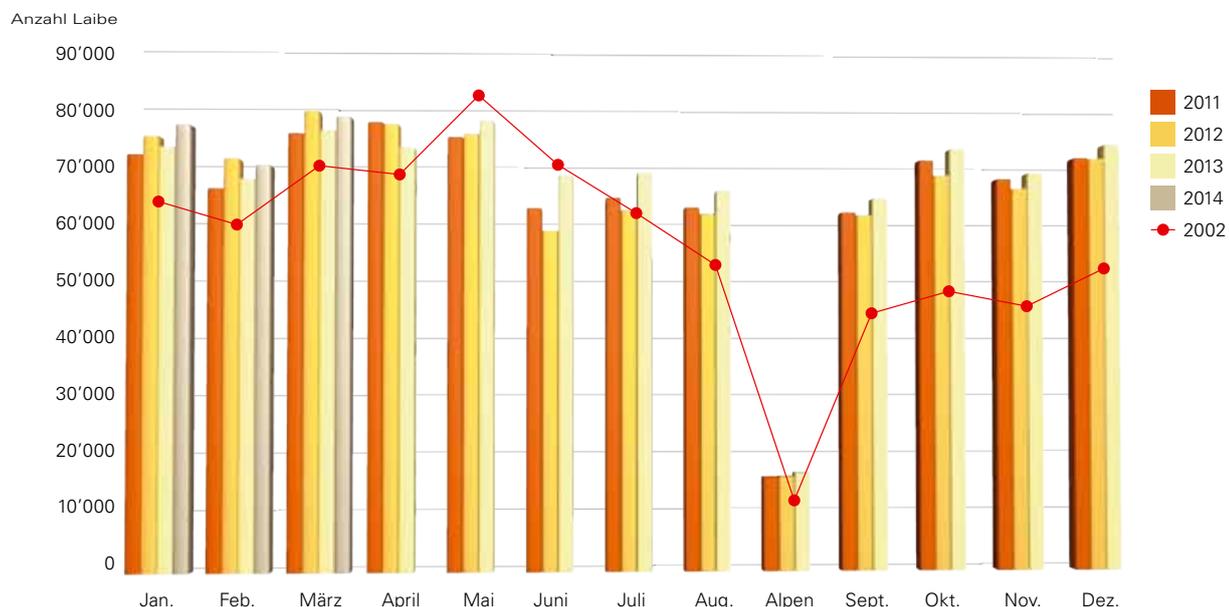
Herrn Gérald Raboud, Emmi AG, der Käserei Courgenay, für seinen durch Fromco affinierten Gruyère AOP.

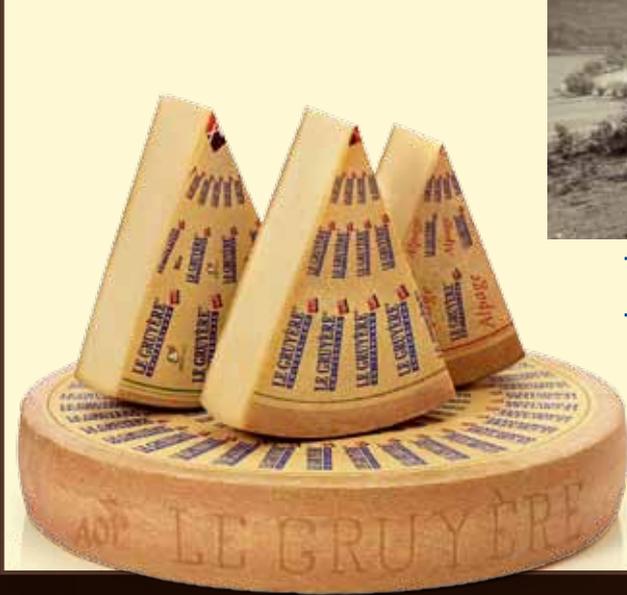
Herrn Nicolas Schmoutz, Käserei Mézières, für seinen durch Fromco SA affinierten Gruyère AOP.

Le Gruyère AOP von den Waadtländer Behörden auserkoren

Der Kanton Waadt beschloss, seine offiziellen Anlässen mit einem Gruyère AOP zu bereichern. An einer Blinddegustation von 11 Gruyère AOP wurde denjenigen von René Pernet, Peney-le-Jorat als offizieller Käse der Waadtländer Behörden für 2014 gewählt.

Vergleich der Produktion (Kaseinmarken)





Der Geschmack der Schweiz seit 1115.

Marketing

Das Jahr 2013 markiert einen Wendepunkt im Werbeauftritt der Sortenorganisation Gruyère. Für die Präsenz im Inland wurde nämlich ein neues Briefing erarbeitet, das eine Neuausrichtung der Verkaufsförderung anvisiert. Gestützt auf einen Wettbewerb im Einladungsverfahren wurde der Werbeauftrag für die kommenden drei Jahre der Berner Agentur Numéro 10 anvertraut. Die neue Kampagne startete vor Weihnachten mit Plakaten und TV-Spots. Der Basis-Claim lautet: „Le Gruyère AOP: Der Geschmack der Schweiz seit 1115“. Diese Jahreszahl bezieht sich auf die Verleihung einer Charta durch den ersten Graf von Greyerz, Wilhelm, an seinen Neffen Ulrich, Prior des Cluniazenserklusters von Rougemont. In dem Dokument ist unter Hinweis auf den Käse, der in den Greyerzer Alpen hergestellt wird, von der Zusicherung eines Einkommens die Rede. In der Kampagne werden Gruyère-Kostproben so ins Szene gesetzt, dass sich alle – ob Gross oder Klein – angesprochen fühlen. Weitere Einzelheiten s. l’Oiseau Nr. 32 (erschienen an Weihnachten).

Für die Kampagne zu Jahresbeginn zeichnete die frühere Werbeagentur Art-Com verantwortlich, die sämtliche Kampagnen seit dem Jahr 2000 realisiert hatte. Die IPG dankt der Agentur herzlich für die geleistete

Arbeit, die dazu beigetragen hat, den Bekanntheitsgrad des Gruyère AOP weiter zu erhöhen.

Le Gruyère AOP war in TV-Spots sowie auf Werbeflächen auf Bussen oder Trams in den grossen Schweizer Städten und in Zermatt zu sehen.

Verkehrsmittel im Gruyère-Look gab es Ende 2013 sowie 2014 weiterhin in Zermatt und in Zürich, was die Kontinuität gewährleistet. Die Präsenz in Zürich ist insbesondere im Hinblick auf die Leichtathletik-Europameisterschaft von Bedeutung, die im August 2014 dort stattfinden wird.

Le Gruyère AOP ist weiterhin im Sponsoring aktiv, mit einer starken und vor allem international ausstrahlenden Präsenz in der Leichtathletik, in Partnerschaft mit dem Europäischen Leichtathletikverband. Diese Sportart wird zudem im Rahmen der beiden internationalen Meetings Weltklasse Zürich und Athlétissima in Lausanne unterstützt. Auf nationaler Ebene engagiert sich Le Gruyère AOP auch in der Nachwuchsförderung mit dem Projekt „Mille Gruyère“ zur Unterstützung der schweizerischen Hoffnungsträger in den Laufdisziplinen.

Gruyère AOP-Sticks begleiteten auch die Fahrer an der Tour de Romandie und an der Tour de Suisse.

Ende November verbuchte Le Gruyère AOP einen wirkungsvollen

Werbeauftritt an den „Le Gruyère European Curling Championships“ in Norwegen.

Und selbstverständlich begleitete unsere edle Käsesorte Fribourg Gottéron bei seinem Kampf um den Schweizer Eishockey-Meistertitel.

Solche Massnahmen bieten zusammen mit der Präsenz bei Veranstaltungen von eher regionaler Reichweite Gelegenheit, die Marke LE GRUYÈRE AOP SWITZERLAND in den Fokus zu rücken und gleichzeitig für die Sichtbarkeit des Produkts in Form von Sticks, Käseplatten, Fertiggerichten oder Fondue zu sorgen. Das Hot-Fondue am Paléo-Festival in Nyon erwies sich einmal mehr als Publikumsrenner.

Verstärkt wurde die Absatzförderung in der Schweiz durch die Teilnahme an überregionalen Messen in verschiedenen Landesteilen. Ausserdem tragen Degustationen in grossen Kaufhäusern dazu bei, die Attraktivität des Gruyère AOP für die Konsumentinnen und Konsumenten weiter zu steigern.

Le Gruyère AOP arbeitet aktiv mit den verschiedenen kantonalen Stellen zur Förderung einheimischer Produkte zusammen. Ein besonderer Stellenwert kommt dem Kanton Waadt zu, der die Verkaufsförderung im Rahmen eines Abkommens finanziell unterstützt, welches den Vacherin Mont d’Or





AOP, den Gruyère AOP, L'Évêque AOP und das Wein-Label Terravin verbindet. Diese Investition steht auch im Zusammenhang mit dem Waadtländer Gruyère d'Alpage AOP, der etwas mehr als 60 % der Gesamtproduktion von Gruyère d'Alpage AOP ausmacht.

Auf internationaler Ebene werden die Anstrengungen der Marktpartner durch die Absatzförderungs- und Werbemaßnahmen von Switzerland Cheese Marketing (SCM) oder direkt durch die Sortenorganisation unterstützt.

In Deutschland bilden Printwerbung in Publikumszeitschriften und die Präsenz an der Verkaufsfond die Basis des Werbeauftritts. Die Werbung wurde leicht angepasst: Die Vorzüglichkeit des Gruyère AOP wird fortan mit

dem Claim « Ein leckeres Stück vom Glück » beworben. Mit vollem Erfolg: Das Absatzvolumen konnte merklich erhöht werden.

Trotz einer konstanten Werbungsarbeit mit dem Slogan „Pas de trous, que du goût“ musste in Frankreich der Gruyère AOP einen Umsatzrückgang hinnehmen. Zweifellos wirken sich die Wirtschaftslage und die Konsumentenstimmung negativ auf die Attraktivität des Gruyère AOP aus. Zusätzlich erschwert werden die Absatzchancen für Schweizer Erzeugnisse durch die Verfügbarkeit anderer Käsesorten aus derselben Familie, wie dem Comté AOP.

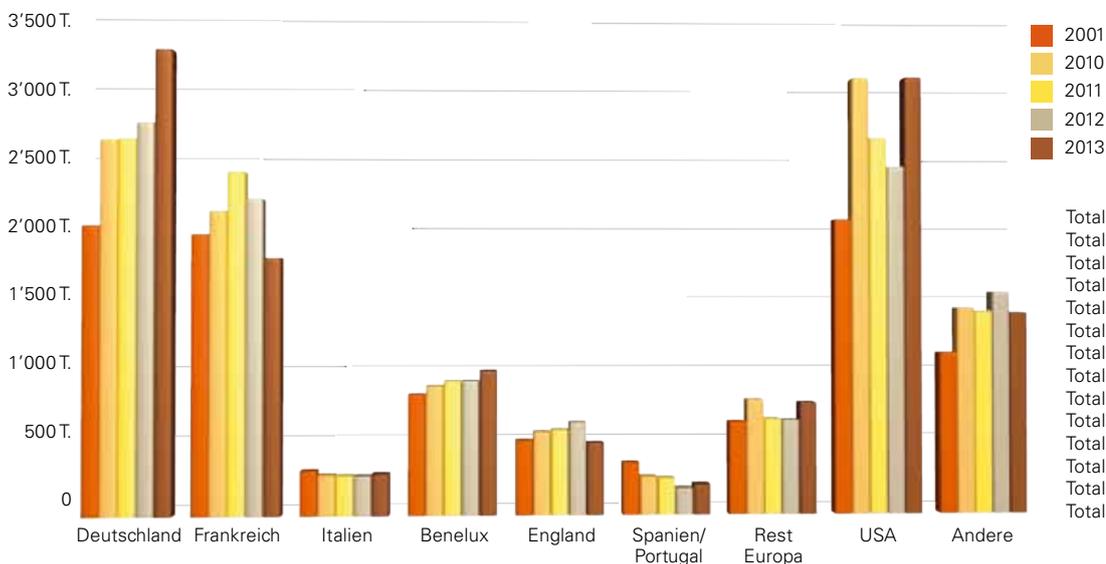
In den Benelux-Staaten wird die Stellung des Gruyère AOP durch gezielte Promotion an der Verkaufsfond

gefestigt, sei dies in Käsereien oder bei Grossverteilern. Des Weiteren werden PR-Massnahmen unter Mitwirkung grosser Küchenchefs in beiden Sprachregionen durchgeführt, die den Gruyère AOP für die Verwendung in Rezepten empfehlen und dadurch im Gespräch halten.

Italien ist traditionell ein schwieriger Markt für den Gruyère AOP. Dank gezielter Aktionen am Verkaufspunkt, die sich an die Endverbraucherinnen und -verbraucher richteten, ist eine geringfügige Steigerung des Absatzvolumens zu verzeichnen.

Spanien leidet unter der wirtschaftlichen Lage des Landes, obschon die Arbeit vor Ort durch gezielte Werbung in den beiden Grossstädten Madrid und Barcelona unterstützt wurde.

Vergleich der Exporte in Tonnen





Dank diesen Massnahmen haben die Verkäufe gegenüber 2012 wieder etwas Boden gutgemacht.

In England erfuhr die Absatzförderung eine einschneidende Veränderung. Frau Helen Daysh hat die Nachfolge von Herrn Maurice Johnson angetreten, der sich nach Jahren als Botschafter des Schweizer Käses und insbesondere des Gruyère AOP in den wohlverdienten Ruhestand verabschiedet hat. Die Absatzförderung basiert weiterhin auf Printkampagnen in Fachpublikationen, welche die intrinsischen Qualitäten des Gruyère AOP anpreisen. Ergänzt werden die Anstrengungen durch Degustationen in den Farm-Shops in den verschiedenen Regionen.

Auf breiterer europäischer Ebene

wurden in den Ländern des Nordens spezielle Kampagnen durchgeführt, hauptsächlich in Verbindung mit Sponsoring-Aktivitäten der Sortenorganisation. Diese Anstrengungen werden durch eine breitere Absatzförderung in Form von Degustationen an der Verkaufsfreund und durch gezielte Werbemassnahmen unterstützt.

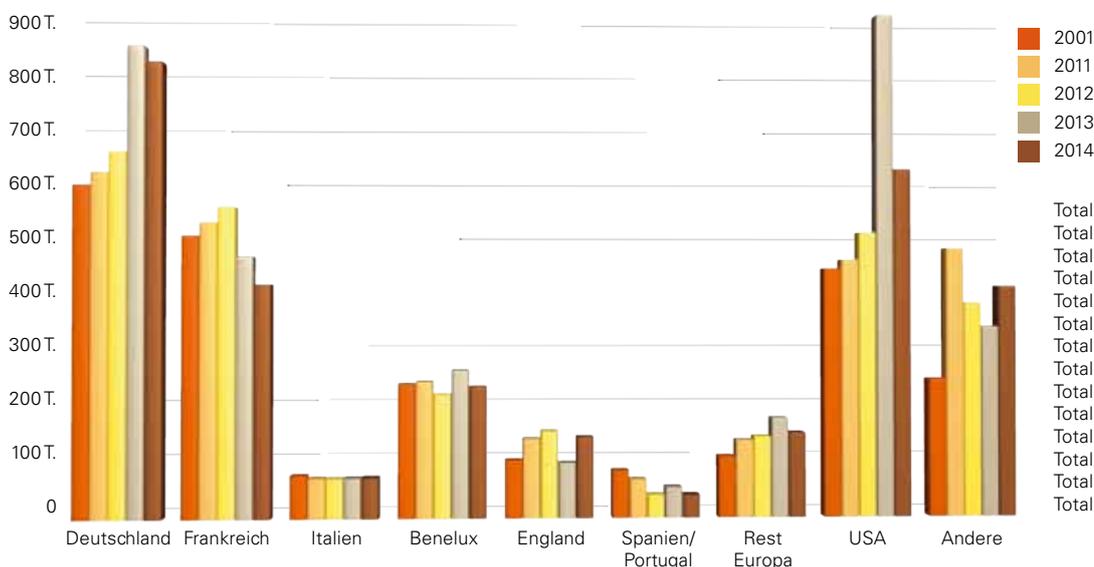
Zur Unterstützung der gesamten Absatzförderungsarbeit war der Gruyère AOP im Rahmen des Gesamtauftritts von Switzerland Cheese Marketing an der Anuga in Köln mit einem eigenen festen Standplatz präsent.

Im Jahr 2013 stellte die Sortenorganisation Gruyère erstmals Sondermittel für die USA

bereit. Realisiert wurde eine Werbekampagne, welche die Marke in den Vordergrund rückt und mit den intrinsischen Qualitäten und der Herkunft unserer edlen Käsesorte in Verbindung bringt. Zusammen mit den Marktakteuren wird die direkte Arbeit an der Verkaufsfreund in Angriff genommen. In den USA war die Sortenorganisation zudem an der Fancy Food Show präsent, die Ende Juni in New York stattfand.

Diese verschiedenen Marketingaktivitäten müssen in den kommenden Jahren noch intensiviert werden, um den Absatz von Gruyère AOP weiter zu steigern.

Vergleich der Exporte in Tonnen (Januar – März)



Total 2001: 2'461 davon UE 1'752
 Total 2002: 2'421 davon UE 1'563
 Total 2003: 2'401 davon UE 1'524
 Total 2004: 2'588 davon UE 1'492
 Total 2005: 2'409 davon UE 1'693
 Total 2006: 2'602 davon UE 1'734
 Total 2007: 2'497 davon UE 1'742
 Total 2008: 3'024 davon UE 1'816
 Total 2009: 2'367 davon UE 1'813
 Total 2010: 3'066 davon UE 1'906
 Total 2011: 2'814 davon UE 1'849
 Total 2012: 2'796 davon UE 1'881
 Total 2013: 3'293 davon UE 2'020
 Total 2014: 2'979 davon UE 1'915



Veranstaltungen 2013

Januar bis März 2013

Rivella Giant X Tour. Dieser schulübergreifende Wettkampf zieht jeden Winter rund 2'000 Gymnasiasten und Lernende an. (1)

Januar bis März 2013

Schneeschuh Erlebnis (2)

11. bis 13. Januar 2013

FIS Herrenskirennen in Adelboden (14)

17. bis 20. Januar 2013

Swiss Expo in Lausanne (3)

23. Februar bis 3. März 2013

Internationale Landwirtschaftsausstellung in Paris

1. bis 3. März 2013

Leichtathletik-Halleneuropameisterschaft Göteborg/Schweden (4)

22. März bis 1. April 2013

Internationale Messe in Lyon (5)

22. bis 24. März 2013

AOP-Markt in Bourg-en-Bresse (Frankreich)

23. bis 28. April 2013

Tour de Romandie (6)

3. bis 12. Mai 2013

BEA, Berner Frühjahrsmesse

26. April bis 5. Mai 2013

LUGA, Innerschweizer Messe in Luzern

7. bis 11. Mai 2013

Les Francomanias, Bulle

8. bis 12. Mai 2013

Poya von Estavannes

21. bis 23. Juni 2013

Leichtathletik-Team-Europameisterschaft in Gateshead/GB (7)

Mai bis August 2013

Jur'Alp Cup, MTB-Rennen in der ganzen Westschweiz

Mai bis September 2013

Mille Gruyère, Leichtathletikwettkampf für die 10 - 15-Jährigen (8)

8. bis 16. Juni 2013

Tour de Suisse (9)

30. Juni bis 2. Juli 2013

Fancy Food Show in New York, USA

4. Juli 2013

Athlétissima, Lausanne

7. Juli 2013

Slow Up Gruyère

11. bis 14. Juli 2013

Leichtathletik Tampere

18. bis 21. Juli

Leichtathletik Rieti

23. bis 28. Juli 2013

Paléo Festival Nyon (10)

9. bis 11. August 2013

Food Festival in Zermatt (11)

27. bis 28. August 2013

Weltklasse, Kugelstosswettkampf im Hauptbahnhof Zürich

29. August 2013

Weltklasse Zürich (13)

1. September 2013

Gruyère Cycling Tour

13. bis 22. September 2013

Comptoir Suisse in Lausanne

14. September 2013

Open Bike Haute Gruyère

20. bis 29. September 2013

Züspa, Messe in Zürich

5. bis 8. Oktober 2013

Anuga, Köln

10. bis 20. Oktober 2013

OLMA, Schweizer Messe für Landwirtschaft und Ernährung in St. Gallen

25. Oktober bis 3. November 2013

Comptoir Gruérien in Bulle

8. bis 10. November 2013

Slow Food Market in Zürich

27. November bis 1. Dezember 2013

Salon Suisse des Goûts et Terroirs in Bulle (15)

23. bis 30. November 2013

Gruyère European Curling Championships in Stawanger/Norwegen

6. bis 8. Dezember 2013

Marché des saveurs in Martigny (12)

Winter 2013 bis 2014

Fribourg Gottéron. Während der ganzen Wintersaison tragen die Spieler des HC Fribourg-Gottéron die Farben des Gruyère AOP auf ihren Leibchen. Zudem ist Le Gruyère AOP auf der Bande im Innern der Halle präsent.

Oktober 2013 bis März 2014

Fondue-Abende auf dem Vierwaldstättersee

Ganzes Jahr hindurch

Werbung auf allen Elektrobussen in Zermatt

Auf sämtlichen Abflügen der SWISS ab der Schweiz wird in der Economy-Class Schweizer Käse serviert.





Organe der Sortenorganisation Gruyère

Unter der kundigen Führung von Herrn Oswald Kessler, Präsident, haben die verschiedenen Instanzen der Sortenorganisation Gruyère im Jahr 2013 ihre Aufgaben erfolgreich erfüllt.

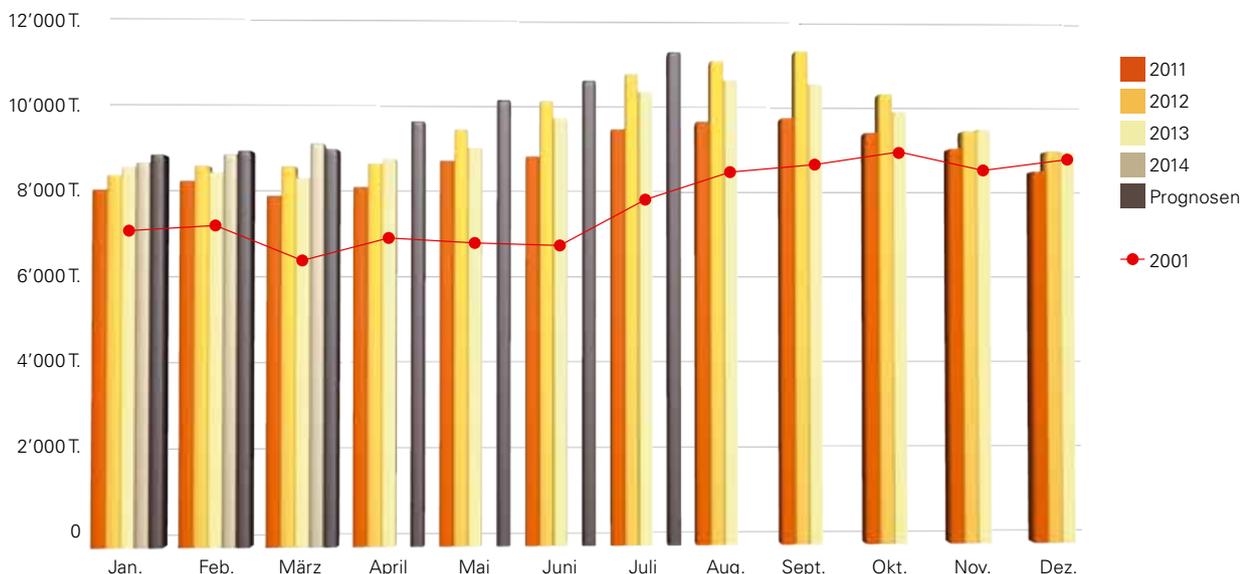
Der Vorstand hielt 12 Sitzungen ab, um zu aktuellen Themen Position zu beziehen sowie um die langfristige Ausrichtung der Sortenorganisation festzulegen. Anfang 2013 kamen die Vorstandsmitglieder zu einem Seminar zusammen, um zu prüfen, ob die in der Vision aus dem Jahr 2012 vorgegebene Richtung eingehalten wurde. Die Themen des Kapitels „Perspektiven 2013“ des Berichts 2012 wurden erneut aufgenommen und präzisiert. Um einen besseren Überblick

zu erhalten, wurde eine Reise zur Sortenorganisation des Comté organisiert. Der Austausch mit den Fachleuten sowie mit dem Vorstand dieser Organisation halfen, die verschiedenen Aspekte und Probleme, die ebenfalls in der Organisation Gruyère AOP bestehen, zu erörtern.

In der zweiten Jahreshälfte wurden neben gewissen Aspekten bezüglich der Anwendung des Pflichtenheftes und des Leitfadens der guten Herstellungspraxis (beispielsweise der Bau oder die Grösse von Käsereien) auch die Preisproblematik in Zusammenhang mit dem Gruyère AOP sowie der Milch heftig diskutiert. Die günstige Konjunktur sowie das in der Schweiz herrschende Preisniveau

haben die Akteure der Branche des Gruyère AOP dazu bewegt, die Preisproblematik konkreter anzugehen. Denn seit 2007 hatten sich die Preise nicht verändert. Nur die Wechselkurse hatten zu Preisänderungen in den ausländischen Märkten geführt. Bei der Milch hat in den letzten Jahren hauptsächlich die Vergütung für Rahm zu Preisänderungen geführt. Angesichts der Entwicklungen auf internationaler Ebene sowie bei anderen Schweizer Käsesorten ist die Branche zum Schluss gekommen, dass eine Erhöhung auf den 1. Januar 2014 vorgenommen werden sollte. Die Delegiertenversammlung vom Herbst hatte folglich einer Preiserhöhung für im Keller gereiften Gruyère AOP zugestimmt. Dies bedeutet 15 Rappen

Vergleich der Entwicklung der Vorräte (Ende März 2014) in Tonnen





pro Kilo für Handlungsfirmen, 10 Rappen auf den Beitrag an die Sortenorganisation sowie 30 Rappen pro Kilo, die zu 4/5 an die Produzenten und zu 1/5 an die Käser gehen, wie dies bisher für Fett galt. Diese Erhöhung ist begrüssenswert für die gesamte Branche und stellt den Wert sowie die Positionierung des Gruyère AOP optimal dar, der auf nationaler Ebene für alle erschwinglich bleibt. Auf internationaler Ebene wird er eher im mittleren bis oberen Preissegment angesiedelt. Dies ist logisch angesichts der Qualität des Käses sowie der Tatsache, dass er als Spezialität gilt. Neben dieser wichtigen Entscheidung, die im Herbst gefällt wurde, hatten sich die Delegierten im Juni zur statutarischen Generalversammlung getroffen. Im Frühling wurde in Saint-Imier eine informelle Sitzung in den Räumlichkeiten des Unternehmens Longines organisiert. Die anwesenden Mitglieder wurden vom Direktor, Herrn Walter von Känel, willkommen geheissen. Dank seiner langjährigen Erfahrung konnte er die Herausforderungen beim Vertrieb eines Produkts, das im oberen Preissegment angesiedelt ist und einen bekannten Markennamen trägt, aufzeigen. Es war interessant zu sehen, dass es Parallelen zwischen der Uhrenbranche und der Positionierung sowie dem Schutz des Gruyère AOP gibt, obwohl die beiden Märkte sehr verschieden sind.

Das Bureau ist zuständig für die Vorbereitung der Vorstandssitzungen und der Delegiertenversammlung. Es hielt vier Sitzungen ab, wobei an einer die Lohn- und Personalpolitik

festgelegt wurde. Ein ganz besonderes Treffen fand am 31. Juli auf Wunsch von Bundesrat Johann Schneider-Ammann in den Räumlichkeiten der Sortenorganisation Gruyère statt. An diesem informellen Treffen bot sich der Sortenorganisation die Gelegenheit, ihre die Besorgnis bezüglich der Diskussionen auf Bundesebene zu äussern. Die Verteidigung der Marke Gruyère und die Unterstützung bei der Absatzförderung waren zwei der entscheidenden Themen des Gesprächs.

Zu Beginn des Jahres fand in Pringy ein Treffen der Conférence des Chefs de Service de l'Agriculture Romande (CCSAR) statt. Dabei hatten die Westschweizer Kantone, in denen Gruyère AOP produziert wird, die Gelegenheit, ihre Unterstützung für die Marke zu bekräftigen. An diesem Treffen konnte auch geklärt werden, wie bei Renovationen oder beim Bau einer neuen Käserei vorzugehen ist. Die kantonalen Behörden werden diesbezüglich künftig die Sortenorganisation zu Rate ziehen, um sicherzustellen, dass diese Projekte mit der zukünftigen Ausrichtung der Branche in Einklang stehen. Um dieses Thema abzuschliessen, wurde eine Sitzung mit den verschiedenen Architekten und Berufsständen in Zusammenhang mit diesen Investitionen anberaunt. Der gute Austausch ermöglichte es, die Bedeutung der durch die Sortenorganisation Gruyère ausgegebenen Leitlinien – der Schlüssel für künftige Erfolge – zu klären.

Die Planungskommission als wichtige Instanz für das Mengenmanagement

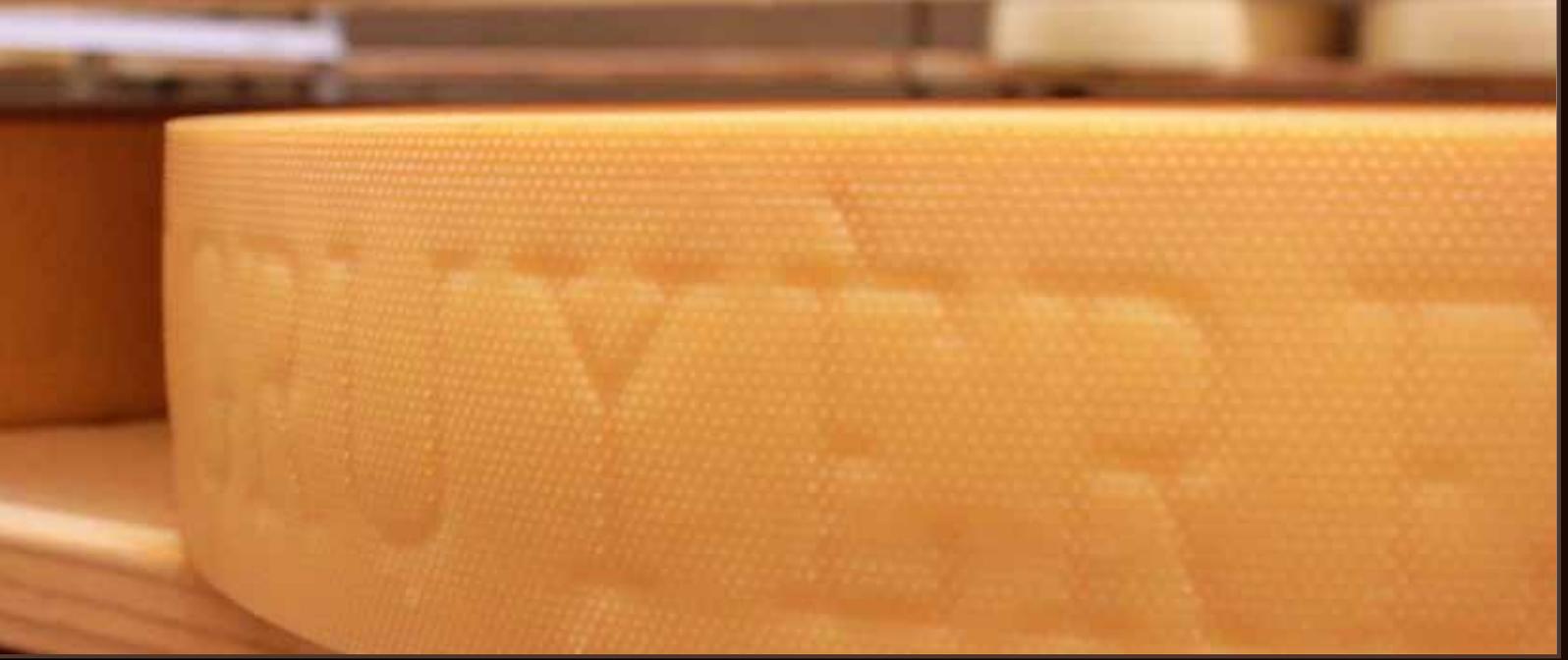
des Gruyère AOP traf sich zu fünf Sitzungen. Gegen ihre Beschlüsse wurden Rekurse erhoben, welche von der gleichnamigen Kommission behandelt wurden und die dafür zweimal tagte.

Die Planungskommission hat sich zu den Änderungen im Bereich Bio-Produktion geäussert. Wir kommen weiter unten darauf zurück.

Die Alpkommission befasst sich mit allen Fragen rund um den Gruyère d'Alpage AOP und kam zweimal zusammen, um über die Mengen, die Qualität und die Positionierung dieses Produkts zu beraten. Ende Jahr wurde festgestellt, dass die Nachfrage nach Gruyère d'Alpage AOP leicht rückläufig war. Die Probleme auf dem französischen Markt haben denn auch grosse Auswirkungen auf den Verkauf des Gruyère d'Alpage AOP, der in erster Linie in der Schweiz und in Frankreich verkauft wird.

Die Biokommission befasst sich ausschliesslich mit der Produktion von Gruyère AOP Bio. Sie traf sich zu 3 Sitzungen. Die Kommission musste sich mit den Qualitätsproblemen zweier Standorte befassen. Es wurde entschieden, dass die Produktion von Gruyère AOP Bio in La Praz und Saint-Imier gestoppt und auf andere Produktionsstandorte verteilt wird. Momentan beläuft sich die Bio-Produktion auf ein Volumen von 1'100 Tonnen pro Jahr.

Die Marketingkommission fand sich zu sechs Sitzungen ein. Diese



Kommission dient dem Ausschuss bei der Beratung von Fragen in Bezug auf die Verkaufsförderung und die allgemeine Marketingausrichtung. Es wurde entschieden, dass sich die Sortenorganisation Gruyère im Rahmen der durch den Bund neu geschaffenen Möglichkeiten für die Verkaufsförderung des Gruyère AOP in den neuen Märkten einsetzen soll. Darunter fallen die Länder in Nordeuropa, einige Länder im Osten, Russland, Asien, dort beispielsweise Japan und Südkorea, sowie Nordamerika.

Die Qualitätskommission kam zu vier Sitzungen zusammen. Sie musste sich genauer mit der Qualitätsentwicklung des Gruyère AOP befassen. Es wurde beschlossen, dass für Käsereien, die sich in Schwierigkeiten befinden, eine Delegation der Kommission zur Verfügung stehen soll, die geeignete Lösungen für deren Probleme sucht. Die Sortenorganisation arbeitet weiterhin eng mit den Beratungsstellen ARQHA und CASEi sowie mit der eidgenössischen Forschungsanstalt ALP zusammen.

In diesem Zusammenhang ist eine Kontrolle der Einhaltung des Pflichtenhefts entscheidend, um die Qualität aufrechtzuerhalten. Diese erfolgt unter fachkundiger Leitung der Interkantonalen Zertifizierungsstelle (IZS).

Des Weiteren beteiligt sich die Sortenorganisation Gruyère ak-

tiv an den Massnahmen von Switzerland Cheese Marketing, der Schweizerischen Vereinigung der AOP-IGP und origIn, einer Organisation, welche sich für den Schutz von geografischen Angaben auf der ganzen Welt einsetzt. Die Sortenorganisation beteiligt sich zudem am Betrieb der Schaukäserei in Pringy, wo der Direktor den Vorsitz inne hat.

Der Geschäftsstelle begleitet die von den verschiedenen Instanzen gefällten



Beschlüsse und führt diese aus. Herr Philippe Bardet, Direktor, und Herr Marc Gendre, Vizedirektor, bilden die Direktion. In ihren Aufgabenbereich fallen die Bearbeitung politischer Dossiers, die Vertretung nach aussen und der rechtliche Schutz der Marke Le Gruyère AOP.

Herr Philippe Bardet leitet den Bereich Marketing in Zusammenarbeit mit Frau Laure Rousseau, Frau Stéphanie Grivel

und Herrn Philippe Gremaud. Herr Marc Gendre ist verantwortlich für den Bereich Mengen und Qualität. In seiner Funktion wird er unterstützt von den Herren Jean-Louis Andrey, Thierry Bize und Charly Kuenzi.

Letzterer war krankheitshalber während einiger Zeit abwesend. Er ist Anfang 2014 in Pension gegangen. Die Sortenorganisation bedankt sich bei dieser Gelegenheit herzlich bei Herrn Charly Kuenzi. Während seiner langjährigen Tätigkeit hat er sich stets für die Förderung der Qualität eingesetzt. Nachdem er als Käser gearbeitet hatte, war er bei der Sortenorganisation als Taxator/Kontrollleur tätig. Er ist ausserdem Gründungsmitglied der Delegiertenversammlung dieser Sortenorganisation. Als Nachfolger hat die Sortenorganisation Gruyère auf den 1. März 2014 Herrn Christophe Magne, Käsemeister und ehemaliger Direktor der Coopérative de l'Étivaz AOP, angestellt.

Für die Buchhaltung sind Frau Sandy Uldry und Frau Magali Vuichard in einem Arbeitspensum von je 50% zuständig.

Für die Sekretariatsarbeiten und die Koordination der bearbeiteten Daten sind Frau Christine Grandjean und Frau Corinne Berbiere zuständig. Sie arbeiten in einem Pensum von je 80%. Das motivierte Team ist bereit, sich den Herausforderungen zu stellen, die es 2014 erwartet.



Vorstand der Sortenorganisation Gruyère

Präsident	Oswald Kessler*	Yverdon-les-Bains
Produzenten	Romane Botteron Stefan Fasel Didier Roch* Nicolas Savary	La Sagne St-Antoni Ballens Sâles (Gruyère)
Käser	Nicolas Schmoutz Jean-Marie Dunand Didier Germain*# René Pernet	Mézières Le Crêt Les Ponts-de-Martel Peney-le-Jorat
Affineure	Jean-Marc Collomb Gilles Margot Jean-Charles Michaud Gérald Roux*	Fromco SA, Moudon Margot Fromage SA, Yverdon Mifroma SA, Ursy Fromage Gruyère SA, Bulle
Gäste	Olivier Isler Daniel Koller Jean-Pierre Huguenin	Fromarte, Berne PSL, Berne Avocat, Neuchâtel

* Mitglied des Bureaus
Vizepräsident





Perspektiven 2014

Die Sortenorganisation Gruyère wird sich 2014 stärker mit den Themen befassen, auf die sie ihre Vision ausgerichtet hat.

- **Mengen.** Die Sortenorganisation Gruyère wird ihre strikte Produktionsmengenführung weiterverfolgen und gleichzeitig versuchen, optimale Absatzmöglichkeiten zu erreichen. Zudem wird das System für die Integration neuer Akteure schrittweise umgesetzt.
- **Qualität.** Ein neues Konzept für ein Milchqualitätsmanagement wird vorgeschlagen. Dadurch wird die Herstellung von hochwertigem Gruyère AOP basierend auf einer handwerklichen Produktion aus Rohmilch stärker unterstützt.
- **Rentabilität.** Die Organe der Sortenorganisation suchen bei ihren Entscheidungen nach Lösungen für eine faire wirtschaftliche Verteilung zwischen den verschiedenen Akteuren, die zusammen Gruyère AOP herstellen.
- **Wert für die Kunden des Gruyère AOP.** Die Verkaufsförderungsmaßnahmen werden fortgesetzt. Auf diese Weise soll einerseits sichergestellt werden, dass die Kunden weiterhin über die vollständige Rückverfolgbarkeit und die Herkunft des Gruyère AOP informiert sind. Andererseits soll so

eine Ethik etabliert werden, die den Erhalt des einzigartigen Geschmacks des Gruyère AOP garantiert. Dabei ist entscheidend, dass jeder Akteur der Sortenorganisation hinter diesen Werten steht.

- **Stärkung der Marke Le Gruyère AOP Switzerland.** Die politischen und rechtlichen Massnahmen zum Schutz des Gruyère AOP und des Markennamens werden fortgesetzt. Zudem dürfte im Jahr 2014 die Änderung der Bezeichnung AOC in AOP (appellation d'origine protégée, geschützte Ursprungsbezeichnung) gutgeheissen werden.
- **Ausbildung.** Die Sortenorganisation Gruyère will sich vermehrt kümmern um das produktspezifische Wissen der verschiedenen Partners, die Gruyère AOP produzieren. Das Pflichtenheft und der Leitfaden der guten Herstellungspraxis müssen integrierender Bestandteil der Ausbildung sein, unabhängig davon, ob es sich um eine Grundausbildung oder eine Weiterbildung handelt. Die Ausbildungsstätten müssen die Botschaft der Leitlinien des Gruyère AOP ebenfalls tragen. Zudem müssen die Leiter von Landwirtschaftsbetrieben und Käsereien einen entsprechenden Kurs absolviert haben, bevor sie eine Ausbildungsfunktion übernehmen können.

- **Wettbewerbsfähigkeit und Zukunft der Akteure der Sortenorganisation Gruyère.** Es ist wichtig, dass jede Gruppe ihre Rolle beibehält, damit die 6'000 Arbeitsplätze, die direkt an die Branche des Gruyère AOP gebunden sind, für die Zukunft gesichert werden können. Die Sortenorganisation Gruyère will keine vertikale Integration der Berufsstände, die sich mit der Herstellung ihres Vorzeigeprodukts befassen. Keine Gruppe darf den Platz einer anderen einnehmen.

- **Kommunikation.** Die Kommunikation muss sichergestellt sein. Sie fällt weiterhin in die Zuständigkeit der Direktion und des Präsidiums. Auf dieser Basis hofft die Sortenorganisation, den langsamen Anstieg der Produktionsvolumen fortzuführen, gleichzeitig die wirtschaftliche Attraktivität für die Akteure der Sortenorganisation Gruyère AOP aufrechtzuerhalten und die Interessen der Konsumenten zu wahren.

Die Sortenorganisation Gruyère wird die Entwicklung der agrarpolitischen Dossiers sowie des Markenschutzes aufmerksam verfolgen. Auf dieser Basis kann die Branche sich weiterentwickeln sowie die künftigen Herausforderungen meistern und so den Vertrieb des Gruyère AOP weiter fördern.

Zusammenfassung der Aufteilung des gesamten Produktionspotentials des Gruyère AOP nach Käserei und Kanton für das Jahr 2014 (mit Rollmenge)

Kanton	Dorfkäsereien			Bio			Dorfkäsereien + Bio		Alpbetriebe			Alle Käsereien		
	Mengen (Kg)	(%)	Anzahl	Mengen (Kg)	(%)	Anzahl	Mengen (Kg)	(%)	Mengen (Kg)	(%)	Anzahl	Mengen (Kg)	(%)	Anzahl
FR	14'725'467	51.87	86	335'529	30.26	4	15'060'996	51.06	184'110	35.48	30	15'245'106	50.79	116
VD	8'041'319	28.33	43	314'549	28.37	3*	8'355'868	28.33	313'598	60.43	20	8'669'466	28.88	64
NE	2'831'521	9.97	16	97'422	8.79	1	2'928'943	9.93				2'928'943	9.76	16
JU	699'517	2.46	3	139'680	12.60	1	839'197	2.85				839'197	2.80	3
JUBE + Abs. 1	845'491	2.98	6	96'037	8.66	1	941'528	3.19	21'203	4.09	3	962'731	3.21	9
BE	783'650	2.76	9	125'655	11.33	2	909'305	3.08				909'305	3.03	9
Andere Kantone	460'235	1.62	6				460'235	1.56				460'235	1.53	6
Total	28'387'200	100.00	169	1'108'872	100.00	12*	29'496'072	100.00	518'911	100.00	53	30'014'983	100.00	223

* Das Total der Käsereien mit Bioproduktion umfasst 11 Käsereien mit trad. und biol. Gruyèreproduktion und eine Käserei mit ausschliesslicher Bioproduktion.