

LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND



präsentiert die Trimesterausgabe
der Sortenorganisation Gruyère
Sonderausgabe

l'oiseau



Jahresbericht **2016**
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
- 14 MARKETING
- 18 VERANSTALTUNGEN 2016
- 20 ORGANE DER SORTENORGANISATION GRUYÈRE
- 23 VORSTAND DER SORTENORGANISATION GRUYÈRE
- 24 PERSPEKTIVEN 2017

GRAFIKEN

- 04 AUFTEILUNG DES VERKAUFS VON GRUYÈRE AOP IM JAHRE 2016
- 05 MONATLICHER VERKAUF 2016 IN DER SCHWEIZ UND EXPORT
- 06 GESAMTPRODUKTION 2000-2016
- 07 VERGLEICH DES VERKAUFS
- 10 QUALITÄTSVERGLEICH NACH KALENDERJAHR
- 14 VERGLEICH DER PRODUKTION (KASEINMARKEN)
- 15 ABSATZ 2015-2016 (TONNEN)
- 16 VERGLEICH DER JÄHRLICHEN EXPORTE VON GRUYÈRE AOP
- 17 VERGLEICH DER EXPORTE (JANUAR – MÄRZ)
- 20 VERGLEICH DER ENTWICKLUNG DER VORRÄTE (ENDE MÄRZ 2017)
- 22 VERGLEICH DER ALPPRODUKTION (KASEINMARKE)
- 24 ZUSAMMENFASSUNG DER AUFTEILUNG DES GESAMTEN PRODUKTIONSPOTENTIALS DES GRUYÈRE AOP NACH KÄSEREI UND KANTON FÜR DAS JAHR 2017

www.gruyere.com

Impressum

Herausgeber: Interprofession du Gruyère
Place de la gare, Postfach 12, CH - 1663 Pringy
interprofession@gruyere.com
www.gruyere.com

Redaktion:
Interprofession du Gruyère
Auflage: 3'200 Exemplare

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

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

Botschaft des **Präsidenten**

Zwanzigster Geburtstag der Sortenorganisation Gruyère AOP

Es ist gut zu wissen woher wir kommen und wo wir stehen um die Zukunft zu planen.

Seien wir ehrlich. Die Pioniere und Gründer wussten nicht mit Sicherheit was den Gruyère in der Zukunft erfolgreich machen wird.

Emotion, Herzblut und die Liebe zum Produkt waren die Motivation etwas Gemeinsames zu kreieren!

Schon vor dreissig Jahren wurde einigen Leuten bewusst, dass sich die schweizerische Milch und Käsewirtschaft verändern wird.

1981 wurde die Confrérie du Gruyère gegründet.

Sie hat heute 1600 solides Compagnons. Jedes neue Mitglied hat bei seiner Inthronisierung, mit der Hand auf einem Laib Gruyère, den Eid abgelegt ihn zu ehren, zu lieben und ihn weltweit zu verteidigen.

1992 wurde die Charte du Gruyère unterzeichnet.

Die Milchproduzenten, die Käser und die Affineure verpflichteten sich, die definierte Region, die Regeln und die geforderte Qualität einzuhalten.

1997 wurden die Ursprungsbezeichnungen mit einer gesetzlichen Verordnung in Kraft gesetzt.

1997 Gründung der „Interprofession du Gruyère“.

Die Pioniere hatten die Weisheit, Pierre Dubois zu ihrem Präsidenten zu wählen. Er war kein Landwirt, kein Milchproduzent, kein Käser, kein Affineur, kein Unternehmer, sondern ein Sozialdemokrat. Einer der die schweizerische direkte Demokratie erlebt und gelebt hat. Als ehemaliger Regierungsrat des Kantons Neuenburg wusste er wie mit den unterschiedlichsten Meinungen, Überzeugungen und Partikularinteressen umzuge-

hen. Mit seiner neutralen Sicht von aussen hat er die Mitglieder der Sortenorganisation im demokratischen Entscheidungs-Prozess motiviert, konstruktive Lösungen zu finden.

1999 mit der neuen Milchmarktordnung: fielen die vom Bund garantierten Milchpreise und die Abnahmegarantie weg.

2001 wurde Le Gruyère als AOC anerkannt.

2006 wurde die Marköffnung für Käse zwischen der Schweiz und Europa Realität.

2009 war Ende der Milchkontingentierung.

2011 haben die Schweiz und die europäische Union gegenseitig die AOC, AOP anerkannt.

2012 "Gruyère AOP" - von der Kontrollierten zur Geschützten Ursprungs-Bezeichnung "GUB".

2014 wurde die Marke «Le Gruyère AOP Switzerland » und der Name Gruyère eingetragen und geschützt in : USA, Südafrika, Jamaika, Südamerika, Russland.

Nicht nur unser Produkt ist Einzigartig. Auch die Sortenorganisation Gruyère ist Einzigartig!

Die Sortenorganisation Gruyère funktioniert demokratisch.

Das oberste Gremium ist die Delegiertenversammlung.

20 Milchproduzenten, 20 Käser und 9 Affineure vertreten:

2200 Milchproduzenten

165 Käsereien

54 Alpkäsereien

9 Affineure "Käsehandel/Export"

Wir entscheiden gemeinsam.



Niemand kann befehlen.

Um einen Entscheid zu treffen braucht es zwingend die Mehrheit in jeder einzelnen Gruppe. Keine Gruppe darf sich auf Kosten der Anderen entwickeln!

Ich möchte an dieser Stelle den Pionieren, Milchproduzenten, Käsern und Affineuren, die mit ihrer Weitsicht und Mut für die Zukunft, in Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Landwirtschaft diese Organisation 1997 gegründet haben, herzlich danken.

Sie haben den Grundstein für den heutigen Erfolg gelegt.

Unsere Leitsätze

Wir produzieren nicht mehr als wir weltweit verkaufen können.

Wir halten kompromisslos die gültige Herstellungspraxis der Interprofession du Gruyère ein.

Le Gruyère AOP ist handwerklich hergestellt.

Wir garantieren Qualität und lückenlose Rückverfolgbarkeit.

Wir wollen ein korrektes Einkommen und eine gerechte Verteilung der Wertschöpfung zwischen Milchproduzenten, Käsern und Affineuren.

Unsere Mitglieder sind selbstständige Unternehmer.

Le Gruyère AOP Switzerland ist unsere Marke!

Vive Le Gruyère AOP

Oswald Kessler
Präsident der IPG



Allgemeine Lage

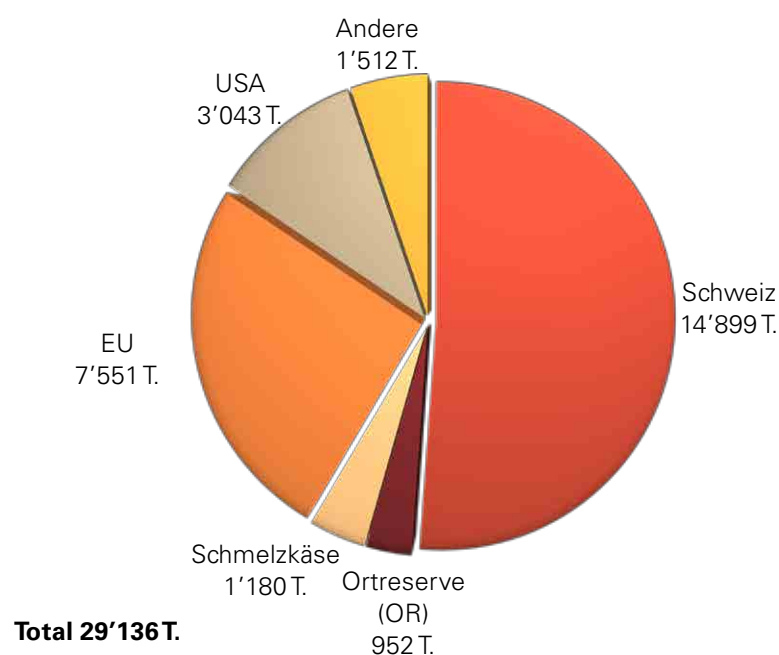
2016 war ein turbulentes Jahr für die Sortenorganisation. Im Zuge der Aufhebung des Euro-Mindestkurses durch die Nationalbank im Januar 2015 hatte sich die Marktlage zunehmend verschlechtert, was die Bestände des Gruyère AOP belastete. Galt 2015 noch eine Produktionseinschränkung von 3,5 %, konnte diese in den ersten drei Monaten 2016 auf 3 % reduziert werden. Aufgrund der zu stark gefüllten Keller und vor allem wegen des Überbestands an älterer Ware musste die Produktion für 2016 schliesslich um insgesamt 10 % zurückgefahren werden. Gleichzeitig stellte die Sortenorganisation Gruyère bedeutende Mittel bereit, um den Absatz zu unterstützen. Im Inland wurde die Frequenz der Aktionen erhöht und im Ausland wurden zusätzliche verkaufsfördernde Massnahmen getroffen. Ergänzt wurden diese ausserordentlichen Massnahmen durch punktuelle Stützmassnahmen zugunsten des Schmelzkäse- und Industriesektors. Diese verschiedenen Aktionen zielten im Wesentlichen darauf ab, die älteste Ware vom Herbst 2015 bis zum Frühjahr 2016 zu verwerten.

Solche Interventionen müssen jedoch die Ausnahme bleiben. Dank der guten Marktentwicklung

im Herbst konnte dieses Ziel erreicht werden. Ende 2016 war das Gleichgewicht bei den Lagerbeständen wiederhergestellt, dies bei einer recht guten Staffellung der Reifungsgrade. Dies erlaubte es, eine Gesamtproduktion für die ersten drei Monate 2017 von 93 % vorzuschlagen, mit Aussicht auf eine Erhöhung auf 98 % für den Rest des Jahres 2017. Nach zwei äusserst turbulenten Jahren scheint die Rückkehr zu einer Produktion von 100 % keine

Utopie mehr zu sein. Neben den oben erwähnten zusätzlichen Mitteln tätigte die Sortenorganisation Gruyère Marketingaufwendungen in verschiedenen Märkten im In- und Ausland: vom Schweizer Markt über das nahe Ausland bis hin zu entfernteren Märkten wie den Ländern Nordeuropas, den USA und Asien. Ein Höhepunkt war in diesem Zusammenhang der Besuch der Confrérie du Gruyère an der Fancy Food Show im Juni 2016 in New York. Anläs-

Aufteilung des Verkaufs von Gruyère AOP im Jahre 2016 in Tonnen





slich dieser Reise konnten wichtige Akteure des US-Marktes als Mitglieder aufgenommen werden, einem Markt, der rund 10 % des Absatzes von Gruyère AOP auf sich vereint. Es war eine grosse Ehre, diese Partner unter dem Banner des Gruyère und der Confrérie zusammenzuführen und auf diese Weise dem edlen Käse die Treue zu schwören.

Die Problematik, Produktion und Verkauf des Gruyère AOP in Einklang zu bringen, beschäftigt die Organe der Sortenorganisation seit Langem. Aus diesem Grund wurde bei einer

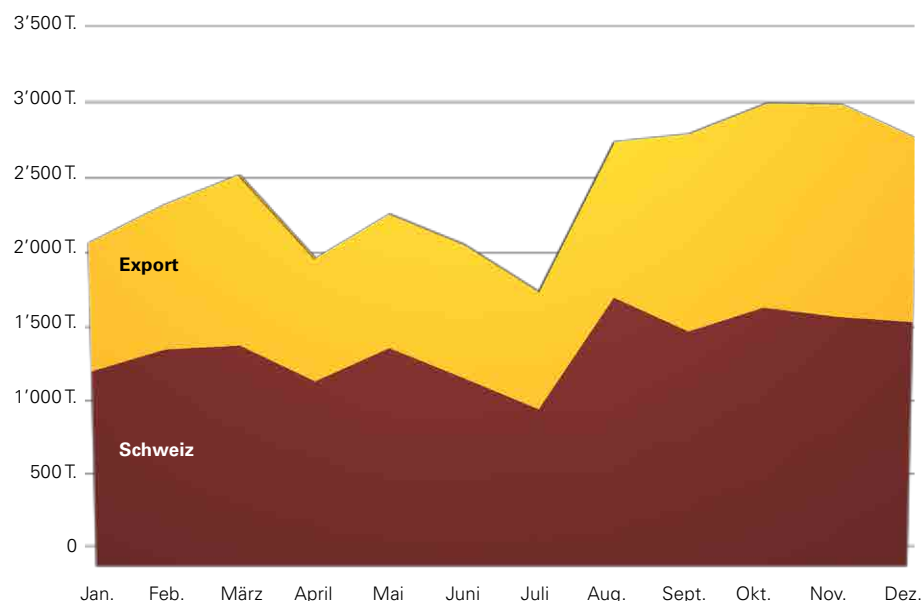
externen Fachperson, die über grosse Erfahrung auf diesem Gebiet verfügt, eine Studie in Auftrag gegeben. Die Analyse behandelt Themen, die das Tagesgeschäft der Sortenorganisation Gruyère prägen: Qualität, Menge, Rentabilität, Wert für den Kunden, Marktanteil, Wert der Marke und Zukunftsfähigkeit der Sortenorganisation. Die Studie wurde im Herbst abgeschlossen und dem Bureau vorgelegt. Nach einer ersten Sichtung wurde der Bericht dem Vorstand unterbreitet, der Verbesserungspotenziale für die Sortenorganisation Gruyère und die Branche als Ganzes

aufzeigen soll. Ziel ist es, dass alle Beteiligten auf einen Wachstumspfad zurückfinden und einen fairen Anteil an der Wertschöpfung haben, die dieser Käse generieren kann. Diese verschiedenen Punkte werden im Laufe des Jahres 2017 zwecks einer möglichst raschen Umsetzung aufgegriffen werden. Auf einige Aspekte (Qualität, Menge, Marketing und Rechtliches) wird in gesonderten Kapiteln detaillierter einzugehen sein.

Trotz dieser Widrigkeiten im Leben einer Branche, bei der der Mensch im Mittelpunkt steht, darf festgehalten werden, dass die Investitionen aufrechterhalten wurden: Mehrere Käsereien, die neu erstellt oder renoviert wurden, konnten feierlich eingeweiht werden. Solche Vorhaben sind Ausdruck des Vertrauens in dieses edle Produkt. Dies motiviert die verschiedenen Organe, ihre Arbeit fortzusetzen, um die Strahlkraft des Gruyère AOP auf den verschiedenen Märkten zu unterstützen – zum Genuss der Konsumenten. In diesem Sinne stellte der Sieg des Gruyère d'Alpage AOP von der Alp Les Amburnex bei den Swiss Cheese Awards einen willkommenen Lichtblick in diesem sehr bewegten Jahr 2016 dar.

Der Gruyère d'Alpage AOP kommt auch 2017 zu Ehren: Die Produktion von Moesettaz (Le Brassus) wird 2017 bei Empfängen des Waadtländer Staatsrats einen Ehrenplatz einnehmen.

Monatlicher Verkauf 2016 (Tonnen)





Mengenmanagement

Das Mengenmanagement für den Gruyère AOP wurde gemäss dem Beschluss von 2015 nach dem System 3/9 fortgesetzt.

Vor diesem Hintergrund und angesichts der Marktlage entschieden sich die Organe der Sortenorganisation zunächst für eine Produktion von 97 % während den ersten drei Monaten des Jahres, sahen sich dann aber gezwungen, die Menge für die übrigen neun Monate auf 90 % (auf ein Jahr gerechnet) zurückzufahren. Von diesem Entscheid waren sowohl der traditionelle Gruyère AOP als auch der Gruyère AOP Bio betroffen. Diese drastische Beschränkung war notwendig, um eine Lagerbereinigung zu ermöglichen und bessere Verkaufsperspektiven zu schaffen.

Aufgrund dieser Situation und des Stands der Vorhaben beschloss die Delegiertenversammlung, das Käserei-Projekt Ropraz-Vuillens um ein Jahr, d. h. bis 1. Januar 2019, aufzuschieben. Unverändert für Anfang 2018 geplant ist hingegen die Eröffnung der Käserei Riffenmatt, die im Zuge der Fusion der Käsereigenossenschaften Riffenmatt, Allmendli und Scheuerguthubel neu gebaut wird. Im gleichen Beschluss wurden auch die zukünftigen Standorte für 2022 im Zusammenhang mit den Mengen von Romanel und Mamishaus bestätigt.

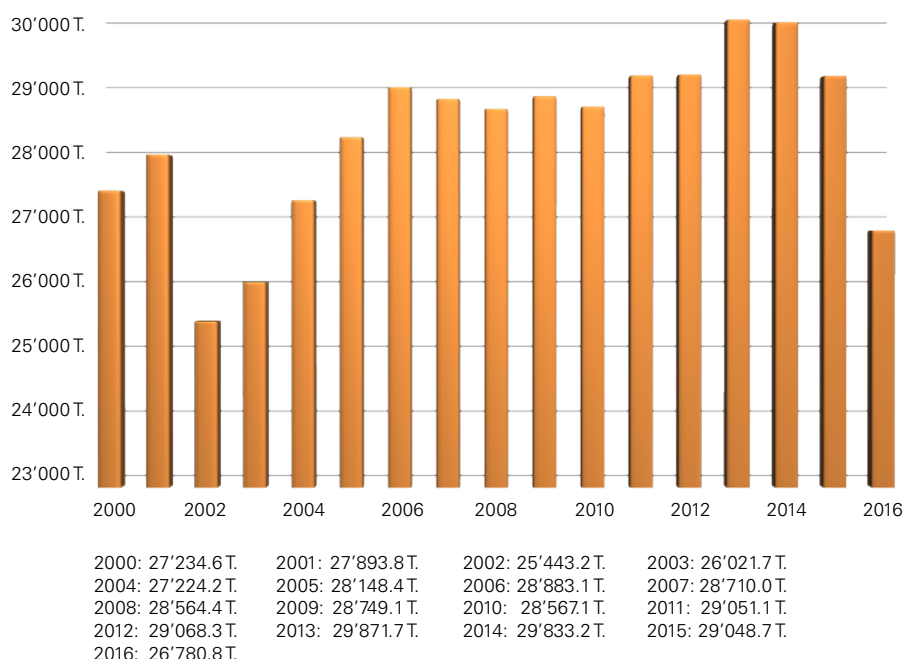
Zur Erinnerung: Die neuen Käsereien, die vor weniger als fünf Jahren ihren Betrieb aufnahmen, erfahren eine doppelt so hohe Mengenverminderung wie die älteren Betriebe.

Schliesslich ist festzuhalten, dass die Verringerungen der Mengen wegen ungenügender Qualität zwischen 2015 und 2016 aufgrund der laufenden Qualitätsverbesserung des Gruyère AOP und der in den Produktionsstätten unternommenen Anstrengungen zur Förderung der Verkäsbarkeit der Milch einen

Rückgang von 157 auf 83 Tonnen erfahren haben.

Beim Gruyère d'Alpage AOP konnte die Produktionsmenge von 100 % dank der guten Bestandslage und der ermutigenden Absatzperspektiven in diesem Segment beibehalten werden. Diese Spezialität, der eigentliche Vorfahr des Gruyère AOP, hält sich erfolgreich und erfreut die anspruchsvollsten Gaumen.

Gesamtproduktion 2000-2016 (Tonnen)





Marktlage

Wenn 2016 mehr Gruyère AOP verkauft wurde als im Vorjahr, so ist dies vor allem dem grossen finanziellen Aufwand der Marktakteure und der Sortenorganisation Gruyère zuzuschreiben. Dank diesen Bemühungen ist es gelungen, die Marktanteile des Gruyère AOP in einigen Weltregionen zu halten oder auszubauen – keine leichte Aufgabe in diesen Zeiten erbarungsloser Konkurrenz. Erreicht wurde dieses Ergebnis zudem unter Beibehaltung eines Milchpreises und eines Käsepreises ab Käserei auf einem Niveau, das der ganzen Branche faire Perspektiven bietet.

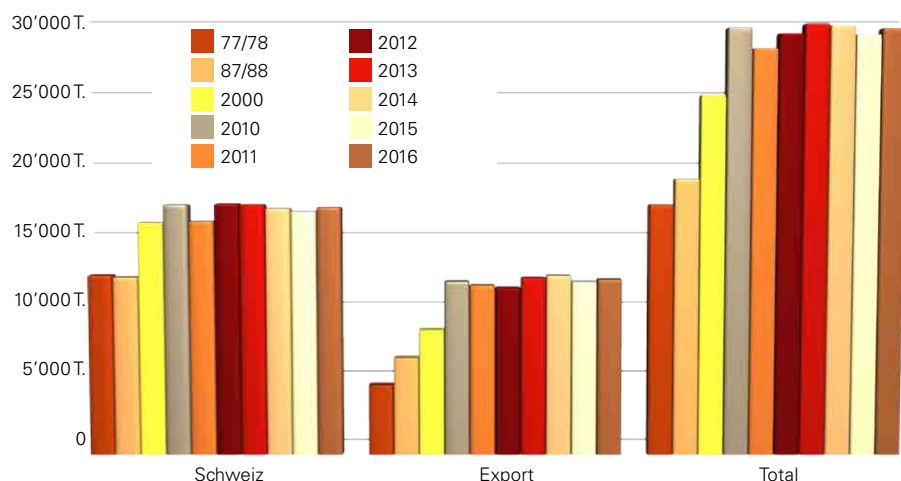
Von den 29'136 Tonnen, welche die Reifekeller verliessen, gingen 12'106 Tonnen in den Export. Das ist mehr als 2015. In den Ländern ausserhalb Europas blieben die USA mit über 3'000 Tonnen konstant. In Europa liegt Deutschland mit 3'092 Tonnen weiterhin an der Spitze, gefolgt von Frankreich mit 1'517 Tonnen. In Frankreich bereitet die Platzierung des Gruyère AOP trotz eines guten Vertriebswesens Probleme. Der Wechselkurs und vor allem der Reflex, einheimische statt importierte Produkte zu kaufen, haben zur Folge, dass Hartkäse mit französischer Qualitätsmarke bevorzugt wird.

Global gesehen ist der Gruyère AOP in 55 Ländern verankert, wobei die

Schweiz nach wie vor der Hauptmarkt ist. Auf dem Heimmarkt konnte 2016 ein beachtliches Volumen beibehalten werden, und zwar in allen Verwendungssektoren – dies trotz stärkerer Konkurrenz durch Käse aus anderen Regionen und Importkäse. Dies bestärkt die Sortenorganisation, die Investitionen auch in der Schweiz aufrechtzuerhalten, denn eine Steigerung des Absatzes von Gruyère AOP ist nur mit einer soliden Basis im Inland realisierbar.

Diese guten Ergebnisse für das Jahr 2016 lassen auf erfreuliche Perspektiven für 2017 schliessen. Um im Markt erfolgreich zu sein, braucht es jedoch eine Koordination aller Kräfte, von der Qualität über einen effizienten Vertrieb bis hin zur Verkaufsförderung.

Vergleich des Verkaufs



LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND 



AOP-Dossier und **internationale Lage**

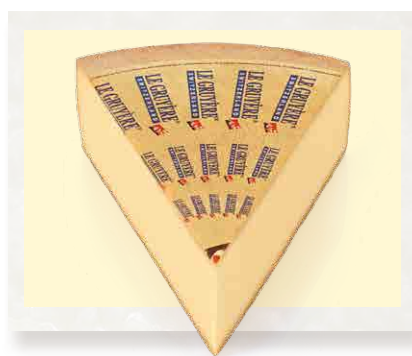
Das Jahr 2016 stellte das Ende verschiedener Übergangsbestimmungen zur Anwendung des Pflichtenhefts des Gruyère AOP dar. Sowohl die gegenseitige Anerkennung der Ursprungsbezeichnungen und der geschützten geografischen Bezeichnungen auf der Ebene der Europäischen Union als auch die letzten Änderungen des Pflichtenhefts betreffend die Etikettierung traten im Laufe des Jahres 2016 vollumfänglich in Kraft. Dadurch klärt sich die Rechtslage der Marke und der Etikettierung des „Le Gruyère AOP Switzerland“.

Angesichts dieser Rechtslage ist es wichtig, dass alle an der Verkaufsf front tätigen Akteure die Marke Le Gruyère AOP Switzerland genau, unter Einhaltung der Bestimmungen der graphischen Charta, anwenden. Die Sortenorganisation Gruyère kontrolliert im Auftrag der Interkantonalen Zertifizierungsstelle (OIC) sämtliche auf dem Markt verwendeten Etiketten. Es zeigt sich, dass diese Bestimmungen sowohl auf nationaler als auch auf europäischer Ebene insgesamt gut eingehalten werden.

Die Sortenorganisation will diese Bestrebungen auf die ganze Welt ausdehnen. Dies macht Sinn im Hinblick auf die verschiedenen Massnahmen, die im Marketingbereich durchgeführt werden.

Gleichzeitig setzt die Sortenorganisation Gruyère den Kampf zum weltweiten Schutz des Namens Gruyère AOP fort. Sie geht dabei gemeinsam mit dem französischen Gruyère IGP vor.

Diese Arbeit wird sowohl in Europa als auch weltweit betrieben. Die wichtigsten Schritte erfolgen in den angelsächsischen Ländern wie den USA, gestützt auf die eingetragene Marke. Gegen verschiedene Marktakteure, die den Namen „Gruyère“ unrechtmässig verwendeten, wurden Massnahmen ergriffen. Mehrere Fälle konnten in der Zwischenzeit geklärt werden. Rechtliche Schritte wurden auch bei staatlichen und rechtlichen Instanzen in Zentral- und Südamerika eingeleitet. Es ist erfreulich festzustellen, dass das Konzept des Namensschutzes in den verschiedenen Regionen der Erde Fortschritte macht. Es versteht sich, dass ein bekannter Name wie Le Gruyère AOP sehr schnell missbräuchlich verwendet werden kann, um sich auf dem Markt besser zu positionieren.



Die Sortenorganisation stützt sich bei ihrer Arbeit auf ihre Anwälte und jene, welche mit den entsprechenden Fällen im Ausland beauftragt wurden. Sie wird zudem von Bundesbehörden wie dem Bundesamt für Landwirtschaft, dem Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum sowie den Organen der Europäischen Union, insbesondere von Frankreich, unterstützt. Die nationalen und internationalen Orga-

nisationen wie Switzerland Cheese Marketing (SCM) sowie die Schweizerische Vereinigung der AOP-IGP sind in diesem Rahmen ebenfalls sehr wichtig. Die Erfahrung der Vereinigung OriGIn ist zur Untermauerung des verwendeten Argumentariums ebenfalls zentral.

Im Rahmen der Positionierung und des Schutzes der AOP hatte die Sortenorganisation die Ehre, die im April 2016 am Landwirtschaftlichen Institut Grangeneuve durchgeführten Thementage Schweizer AOP zu unterstützen und daran mitzuwirken. Die an ein Fachpublikum und die breite Öffentlichkeit gerichtete Veranstaltung war ein grosser Erfolg und soll in Zukunft wiederholt werden. Damit wird das LIG als Bildungszentrum für den Gruyère AOP und andere Rohmilchkäse verankert. Diese Stärke wird durch die in der Nähe angesiedelte Agrarforschung und Milchwissenschaft in Posieux ergänzt.

Auf nationaler Ebene wird 2017 zudem die „Swissness“-Gesetzgebung in Kraft treten. Die neuen „Swissness“-Kriterien stärken zusammen mit den Bestimmungen zur geschützten Ursprungsbezeichnung den Schutz der Herkunftsbezeichnung. Dadurch wird die Deklaration für die Konsumenten aussagekräftiger, was die Marke Le Gruyère AOP Switzerland auch auf schweizerweiter Ebene stärken dürfte.

Diese verschiedenen Schritte sind für den Schutz und die Positionierung des Gruyère AOP auf den Märkten entscheidend. Damit ihnen Erfolg beschieden ist, braucht es nicht zuletzt den bedingungslosen Einsatz aller Akteure der Branche und des Vertriebs dieses edlen Produkts.



Qualität des Gruyère AOP

Taxation und Kontrolle

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

Die Kaseinmarke gewährleistet eine lückenlose Rückverfolgbarkeit. Damit lässt sich jeder Laib im Laufe seiner Existenz sehr präzise kontrollieren. Eine erste Qualitätsbeurteilung erfolgt nach rund drei Monaten, wenn der Affineur den Käse aus dem Käsekeller nimmt. Die Taxation wird durch eine Taxationskommission bestehend aus einem Experten der Sortenorganisation Gruyère und einem Co-Experten aus den Reihen der Käser durchgeführt. Gegen das Vorgehen kann Rekurs eingereicht werden, bzw. es kann eine neue Taxation durch die Rekurskommission verlangt werden. Diese setzt sich aus zwei Vertretern der Affineure und einem Käser zusammen. Das Ergebnis der Rekurskommission ist unwiderruflich. Dieses Vorgehen garantiert die notwendige Objektivität bei der Beurteilung der Qualität des Gruyère AOP, welcher auf dem Markt

abgesetzt wird. Bevor der Käse den Keller definitiv verlässt und auf den Markt gelangt, wird der Gruyère AOP einer dritten Beurteilung durch den Affineur/Verkäufer unterzogen.

Mit dieser wichtigen Arbeit, die jederzeit höchste Professionalität erfordert, wird sichergestellt, dass



das konsumfertige Produkt in der Schweiz oder im Ausland von einwandfreier Qualität ist.

Global gesehen war die Produktion 2016 von traditionellem und biologischem Gruyère AOP von hervorragender Qualität. Der seit 2013

rückläufige Anteil an Käse der Qualität IB setzte sich fort. Die in den letzten Jahren umgesetzten Massnahmen zur Steigerung der Qualität des Gruyère AOP haben sich gelohnt. 97,36 % der eingegangenen Posten wurden in die Klasse IA eingestuft. Der Anteil der Posten mit 19 und mehr Punkten lag bei 59 % (Vorjahr: 60,45 %). Der Anteil der Erzeugnisse zweiter Wahl ist äusserst niedrig. Von den 60 eingereichten Rekursen waren rund die Hälfte erfolgreich. Aufgrund der Ergebnisse der Neutaxation konnten Qualitätsprämien in Höhe von rund fünf Millionen Franken ausbezahlt werden.

Die Produktion von Gruyère d'Alpage AOP entwickelte sich ebenfalls sehr gut. Dank ihres Know-hows wussten sich die Hersteller den launenhaften Gegebenheiten des Alpbetriebs anzupassen. So konnten 91,31 % der Produktion in die Klasse IA eingestuft werden, und 57,38 % erreichten 19 Punkte oder mehr.

LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND 



Chemische Analyse

Wasser- und Fettgehalt:

Sämtliche in den Handel gebrachten Posten werden einer systematischen Kontrolle der chemischen Zusammensetzung unterzogen. Zu zwölf Analysen wurde ein Rekurs eingereicht, sechs davon waren erfolgreich. Anzumerken ist, dass mehr als 2'000 Posten analysiert wurden. Die allgemeine Einhaltung der Gehalte im Pflichtenheft bezieht sich auf einen Durchschnitt von sechs Monaten. Es ist sehr wichtig, dass dieses Ziel insgesamt erfüllt wird.

Spezifische Analysen

Die Sortenorganisation Gruyère führt Analysen zur hygienischen und bakteriologischen Qualität der Käse durch. Im Jahr 2016 fielen sämtliche Proben auf pathogene Substanzen wie Listerien negativ aus. Folglich kann festgehalten werden, dass der Gruyère AOP den gesetzlichen Vorschriften vollumfänglich entspricht. Dies ist wichtig für den Konsumenten, der mit dem Gruyère AOP ein Produkt ohne Zusatzstoffe kauft.

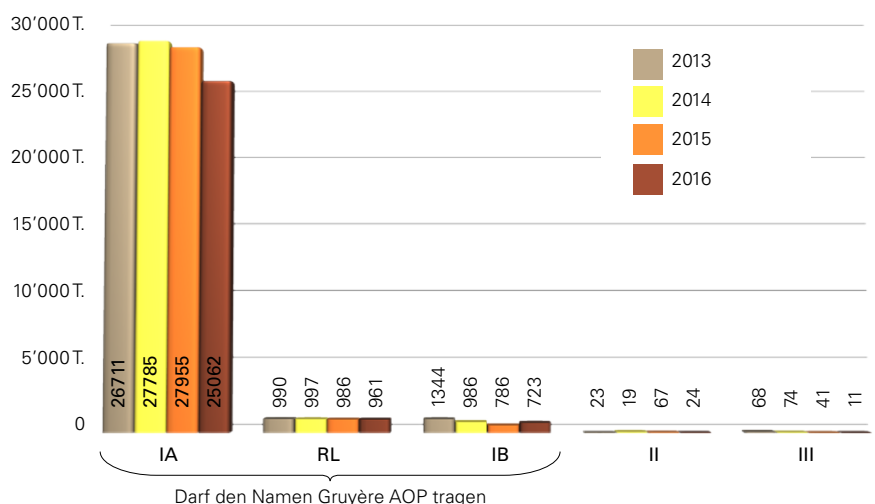
Qualitätskommission

Wie im Kapitel Organe der Sortenorganisation Gruyère erwähnt, steht die Qualitätskommission, insbesondere ihre Ad-hoc-Delegation, den Akteuren der Branche zur Verfügung, um bei wiederkehrenden Qualitätsproblemen an einem Produktionsstandort die bestmögliche Lösung zu finden. Die Kommission wurde 2016 zweimal beigezogen. Ziel dieses Vorgehens ist es, die wirtschaftlichen Perspektiven der betroffenen Verarbeitungsbetriebe

zu stabilisieren. Dies ist in den verschiedenen Käsereien der Branche des Gruyère AOP gewährleistet.



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 2016. 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 Branche honoriert.

Swiss Cheese Awards, Vallée de Joux, 23. bis 25. September 2016

Ende September wurden im Vallée de Joux bei den Swiss Cheese Awards die Preise für die besten Schweizer Käse verliehen. Le Gruyère d'Alpage AOP von Jean-

Claude Pittet und seinem Käser Christian Dubois von der Alp Les Amburnex, affinert durch Fromco SA, erhielt von Jury einstimmig den Preis **Swiss Champion** über alle Kategorien.

Gewinner der Kategorie Gruyère AOP ist Le Gruyère AOP Bio der Familie Pierre Buchillier aus Les Moulins, ebenfalls affinert durch Fromco SA. Dieser ausgezeichnete Käse war im Final nicht weit vom Besten entfernt.

Diese Käse bilden die Spitze des Eisberges einer Vielzahl von hervorragenden Gruyère AOP, die alle ein Diplom erhielten.

Le Gruyère d'Alpage AOP

- Jean-Claude Pittet, Alp Les Amburnex, (Swiss Champion) Affineur Fromco SA, Moudon
- Nicolas Remy, Alp Les Groins du milieu, Affineur Freiburgische Genossenschaft der Alpkäseproduzenten, Charmey
- Samuel Bapst, Alp La Grandsonnaz Affineur Fromco SA, Moudon

Le Gruyère AOP

- Pierre Buchillier, Käserei Les Moulins Affineur Fromco SA, Moudon
- Didier Germain, Käserei Les Martels Affineur Fromco SA, Moudon
- Martial Bovay, Käserei de Vaulion Affineur Fromco SA, Moudon
- Gérald Raboud, Käserei Courgenay Affineur Fromco SA, Moudon
- Benoît Kolly, Käserei Le Mouret Affineur Emmi Schweiz AG, Kirchberg
- Gilbert Golay, Käserei Penthéraz Affineur Margot Fromages SA, Yverdon
- Thierry Ecoffey, Käserei Romont Affineur Mifroma SA, Ursy
- Alexandre Guex, Käserei Châtonnaye Affineur Cremo Von Mühlenen AG, Fribourg
- Marc Müller, Käserei Farvagny Affineur Mifroma SA, Ursy
- Etienne Aebischer, Käserei Montricher Affineur Fromco SA, Moudon



Alpkäse-Prämierung an der OLMA, St. Gallen, 14. Oktober 2016

Le Gruyère d'Alpage AOP von Laurent und Nicolas Brodard, Alp La Guignarde, La Roche, gewann in der Kategorie Hartkäse den **2. Preis**. Le Gruyère d'Alpage AOP von Jacques Ruffieux, Alp Tissiniva, Charmey, gewann ebenfalls in der Kategorie Hartkäse den **3. Preis**. Beide Käse wurden durch die Freiburgische Genossenschaft der Alpkäseproduzenten affinert.

World Championship Cheese Contest in Madison, USA, 7. bis 9. März 2016

Le Gruyère AOP von Jean-Daniel Jaeggi, Käserei Grandcour, affinert durch Fromco SA in Moudon, erhielt eine Auszeichnung.

World Cheese Awards, Donostia - San Sebastián, Spanien, 16. bis 18. November 2016

Le Gruyère AOP gewann bei diesem grossen internationalen Wettbe-

werb der Käsebranche verschiedene Auszeichnungen.

„Super-Gold“-Medaille

- Franz Jungo, Käserei Strauss St. Ursen, für seinen Gruyère AOP, affinert durch Cremo Von Mühlenen AG, 2 „Super-Gold“-Medaillen
- Laurent Python, Käserei Grandvillard, für seinen Gruyère AOP, affinert durch Lustenberger & Dürst AG

„Gold“-Medaille

- Alexandre Guex, Käserei Châtonnaye, für seinen Gruyère AOP, affinert durch Cremo Von Mühlenen AG, 2 Goldmedaillen
- Käserei Cremo, für ihren Gruyère AOP, affinert durch Fromage Gruyère SA, 2 Goldmedaillen
- Adrian Scheidegger, Käserei Niedermuhren, für seinen Gruyère AOP, affinert durch Cremo Von Mühlenen AG
- Markus Sturny, Käserei Lanthen, für seinen Gruyère AOP, affinert durch Cremo Von Mühlenen AG

„Silber“-Medaille

- Philippe Dénervaud, Käserei Villaz-St-Pierre, für seinen Gruyère AOP, affinert durch Emmi Schweiz AG
- Alexandre Guex, Käserei Châtonnaye, für seinen Gruyère AOP,



affinert durch Cremo Von Mühlenen AG

- Markus Sturny, Käserei Lanthen, für seinen Gruyère AOP, affinert durch Cremo Von Mühlenen AG



- Käserei Cremo, für ihren Gruyère AOP, affiniert durch Fromage Gruyère SA
- Gérald Raboud, Käserei Courgenay, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Emmi Schweiz AG

„Bronze“-Medaille

- Adrian Scheidegger, Käserei Niedermuhren, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Cremo Von Mühlenen AG, 2 Bronzemedailen
- Jean-Jacques Clément, Käserei Moudon, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Emmi Schweiz AG

Käse der Wahl des Waadtländer Staatsrats

Die Sortenorganisation Gruyère freut sich, dass der Waadtländer Staatsrat den Gruyère d'Alpage AOP von Moesettaz (Le Brassus) zum Käse für das Jahr 2017 erkoren hat. Dieser Gruyère des Produzenten Martial Rod, der durch die Fromage Gruyère SA in Bulle affiniert wird, wurde anlässlich einer Blinddegustation von der Regierung des Kantons Waadt ausgewählt.

Dieser Käse wird zusammen mit dem Wein vom Domaine Autecourt 2015, einem AOC der Region La Côte, der nach denselben Kriterien

ausgewählt wurde, bei offiziellen Veranstaltungen des Waadtländer Staatsrats serviert werden.

Die Sortenorganisation ist stolz, dass erneut ein Gruyère AOP und insbesondere ein Gruyère AOP d'Alpage auf diese Weise geehrt wurde.



LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND 



Marketing

Die Branche investiert im In- und Ausland, um den Absatz des Gruyère AOP zu unterstützen. In der Schweiz wurde die Baskampagne mit dem Claim „Der Geschmack der Schweiz seit 1115“ mit einem neuen TV-Spot und Plakaten weitergeführt, in denen Käsestücke ergänzt durch den Satz „Auch für...“ in Szene gesetzt werden. Die Werbung stösst auf positive Resonanz, was sich auch daran zeigt, dass die Plakatwerbung prämiert wurde. Gleichzeitig war der Gruyère AOP an verschiedenen überregionalen Messen wie Muba, Züsä, LUGA, BEA, Schlaraffia, Slow Food Market, Olma, Comptoir Suisse, Foire du Valais, Les Automnales und Salon des Goûts et Terroirs präsent. Diese Tätigkeit findet in enger Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Vereinigung der AOC-IGP und Switzerland Cheese Marketing (SCM) statt.

Diese Auftritte und die Präsenz an regionalen Events, für die oft Branchenpartner verantwortlich zeichnen, bieten Gelegenheit, den Gruyère AOP in all seinen Variationen von traditionell, über Bio bis hin zum Gruyère d'alpage zu entdecken bzw. wiederzuentdecken. Die Pflege des Kontakts mit den Konsumenten steht auch bei den zahlreichen Degustationen im Vordergrund, die in verschiedenen Grossverteilern vor allem in der Deutschschweiz durchgeführt werden.

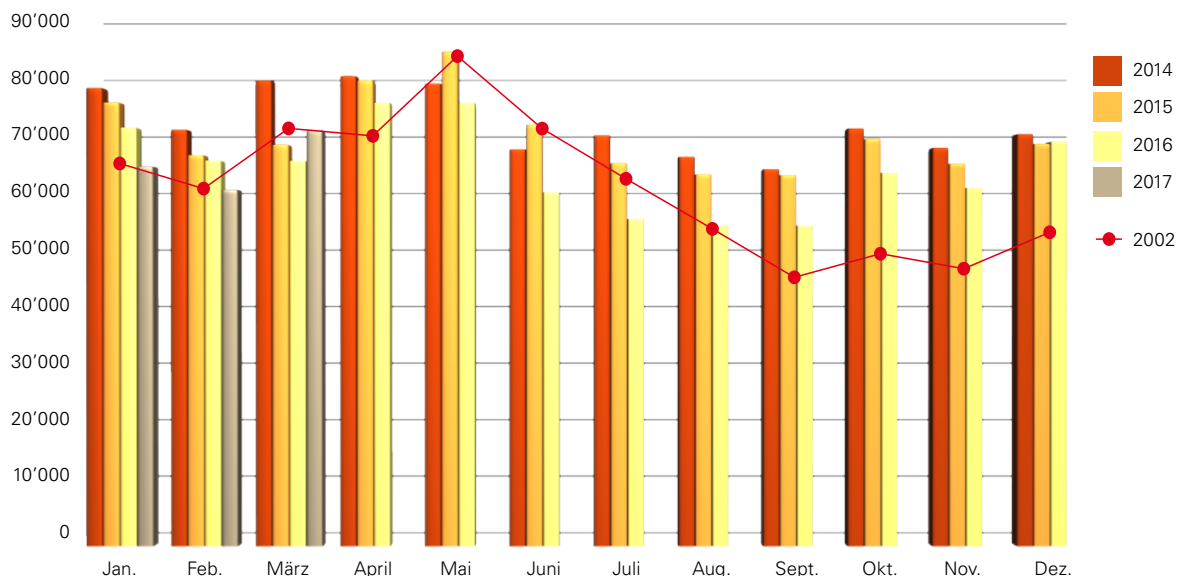
Im Herbst erhielt jede Käserei von Gruyère AOP ein Promotionskit, das es diesen idealen Werbebotschaftern erlaubt, die Marke Le Gruyère AOP Switzerland in den Vordergrund zu rücken.

Ergänzend zur allgemeinen Werbung tragen die Sponsoring-Aktivitäten zur Ausstrahlung des Gruyère AOP bei.

2016 begleitete der Gruyère AOP zum letzten Mal die Radsport-Champions an der Tour de Suisse und an der Tour de Romandie. Nach über 10-jähriger Präsenz auf den Schweizer Strassen wurde beschlossen, sich anderen Sportarten zuzuwenden, um neue Konsumenten anzusprechen. So war der Gruyère AOP an den verschiedenen Etappen des Skilanglauf-Weltcups zugegen. Der edle Käse begleitete die Skirennläufer der Patrouille des Glaciers. Und auch an den Leichtathletik-Events Athlétissima Lausanne, Weltklasse Zürich und Mille Gruyère war der Gruyère AOP mit von der Partie. Das Finale des Lauf-Events Mille Gruyère in Freiburg fand in Anwesenheit von Bundesrat Alain Berset, früher selbst Langstreckenläufer, und von Miss Schweiz, Lauriane Salin, statt. Höhepunkt 2016 waren die Leichtathletik-Europameisterschaften Anfang Juli in Amsterdam, wo der Gruyère AOP zur Eroberung der Bene-

Vergleich der Produktion (Kaseinmarken)

Anzahl Laibe





luxländer ansetzte und die Schweizer Medaillengewinner begleitete.

Ende August 2016 hatte der Gruyère AOP zusammen mit dem Vacherin Fribourgeois einen Auftritt am Eidgenössischen Schwing- und Älplerfest in Estavayer.

Die Gruyère European Curling Championships, die in Glasgow stattfanden, boten eine weitere Gelegenheit, die Marke Gruyère AOP zu präsentieren und gleichzeitig die Verkaufsförderung dieses Käses auf dem britischen Markt zu unterstützen.

Sponsoring ist ein ausgezeichnetes Mittel, um die Sichtbarkeit einer Marke durch Erhöhung ihrer Präsenz im In- und Ausland zu fördern.

Im Ausland verstärkte die Sortenorganisation Gruyère ihre Anstrengungen in diesem schwierigen Jahr weiter, um keine Marktanteile einzubüssen

und die verschiedenen Anbieter dabei zu unterstützen, den Gruyère AOP in optimaler Weise abzusetzen. In Deutschland wurde neben den üblichen verkaufsfördernden Massnahmen ein grossangelegtes Merchising-Programm im Süden des Landes lanciert. In diesem Zusammenhang wurde eine neue Angebotsform in Scheiben für die Grossverteiler entwickelt.

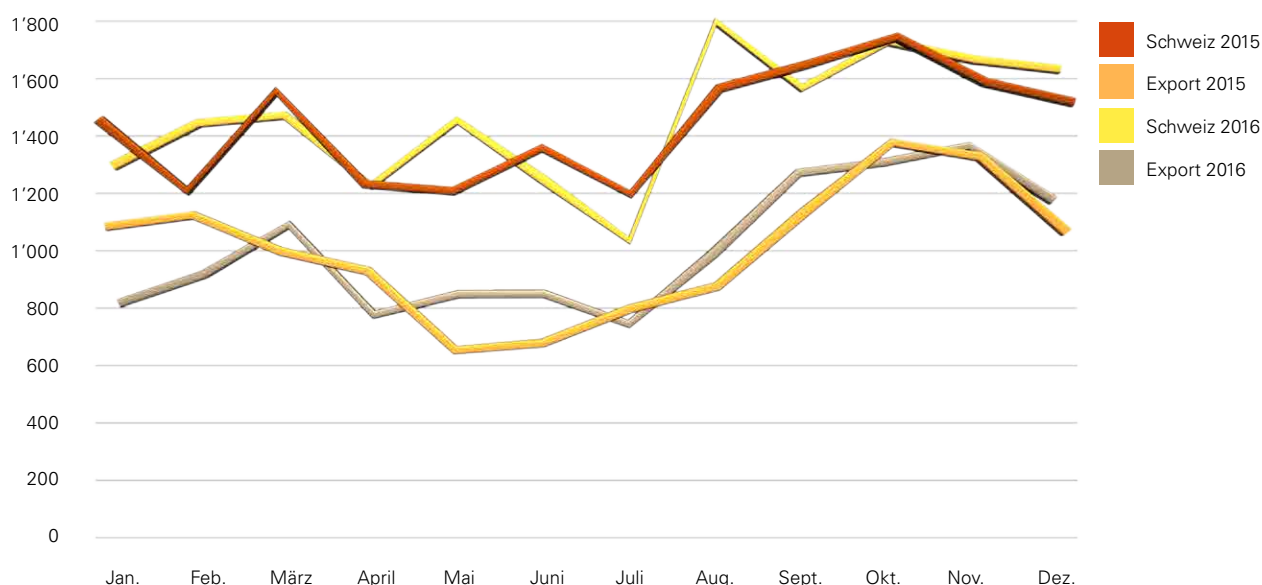
Diese Aktivitäten werden in Koordination mit anderen Marken – Emmentaler AOP, Appenzeller sowie Tête de Moine AOP für das Merchising – durchgeführt und dürften dazu beitragen, den Vertrieb und die Rotation des Gruyère AOP künftig zu stärken. In Deutschland, wo der aktuelle Absatz rund 3'000 Tonnen beträgt und die Partnerschaft mit SCM sehr gut funktioniert, strebt der Gruyère AOP eine weitere Erhöhung der Verkaufsmenge an.

Schwieriger präsentiert sich die Lage in Frankreich, wo die Absatzmenge

von rund 1'500 Tonnen einen Tiefpunkt im Vergleich zu den vor einigen Jahren erzielten 2'200 Tonnen darstellt. Zusammen mit SCM wurden grosse Anstrengungen unternommen, um diesen Markt zurückzuerobern, auf dem die französischen Käse im Bereich der Qualitätsprodukte harte Konkurrenten sind. Auch in Frankreich wurde ein Merchising-Programm zur Verkaufsförderung lanciert. Einen viel beachteten Auftritt hatte der Gruyère AOP am Salon de l'Agriculture zu Beginn des Jahres und an der SIAL im Herbst.

In den Beneluxländern war 2016 ein ausgezeichnetes Jahr, wobei die Leichtathletik-Europameisterschaften im Juli in Amsterdam den Höhepunkt bildeten. Dank der guten Zusammenarbeit mit der SCM-Zweigstelle konnten Synergien zwischen Sponsoring und Marketingsupport erzielt werden.

Absatz 2015-2016 (Tonnen)





In Italien und Spanien verlief der Verkauf nur schleppend, trotz gezielter Aktivitäten in den grossen Städten. Es ist generell sehr schwierig, die Verkaufsmengen in diesen lateinischen Regionen zu steigern, obschon der Käse und insbesondere der Gruyère AOP hier sehr geschätzt werden.

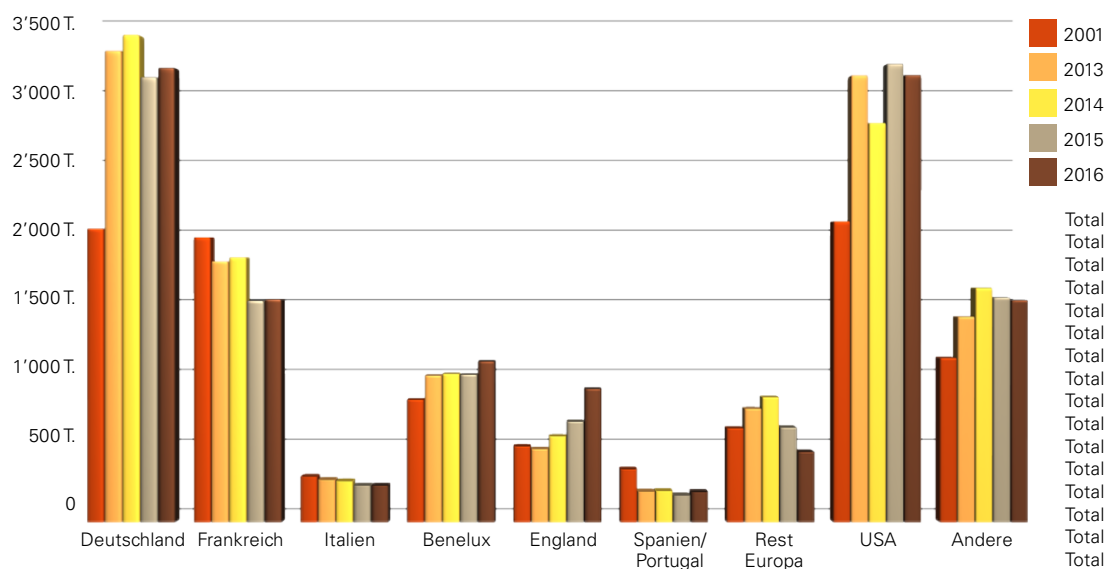
In Grossbritannien konnte trotz des weiteren Wertverlusts des britischen Pfunds ein Zuwachs verzeichnet werden. Die Verkaufsförderungsaktivitäten vor Ort haben sich ausgezahlt. Le Gruyère AOP errang an mehreren Shows Auszeichnungen. Dies bestätigt die gute Qualität dieses Käses und seine hervorragende Präsenz an der Verkaufsfond. Im Spätherbst hatte der Gruyère AOP einen Auftritt an den Gruyère European Curling Championships in Glasgow.

Im Zuge der Einführung des Programms „neue Märkte“ des Bundes konnte die Sortenorganisation Gruyère ihre Aktivitäten dank der technischen Koordination durch SCM auf weitere Länder ausdehnen. Dabei arbeitet sie eng mit den verschiedenen Akteuren im Absatzbereich zusammen. Ein Schwerpunkt liegt auf den nordischen Ländern, die aufgrund der Kaufkraft ihrer Bevölkerung ein gewisses Potenzial bieten. Diese legt Wert auf charaktervolle Produkte. Unterstützt werden diese Aktivitäten durch das neue Sponsoring-Engagement im Skilanglauf. Bei den Wettkämpfen in Schweden, Norwegen und Finnland kann Bekanntschaft mit der Marke und dem Käse geschlossen werden. Ferner wurden Degustationen und andere Promotionsmassnahmen am Verkaufspunkt organisiert.

In Asien, in der südlichen Hemisphäre und in Osteuropa sind mehrere Projekte mit derselben Zielsetzung im Gange. In Osteuropa, insbesondere in Russland, ist die Entwicklung uneinheitlich, bedingt durch die wirtschaftlichen und teilweise logistischen Schwierigkeiten, mit denen das Land konfrontiert ist.

Ein besonderer Schwerpunkt lag 2016 auf Nordamerika, hauptsächlich den USA. Es wurde zusätzliche Printwerbung geschaltet, um die Tradition und die Schweizer Herkunft des Gruyère AOP hervorzuheben. In Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus leistete die Sortenorganisation Gruyère im Frühjahr Vorarbeiten für den Besuch der Confrérie du Gruyère im Juni an der Fancy Food Show. Hier bot sich Gelegenheit, die Verkaufsverantwortlichen in den Vereinigten Staaten, dem wichtigsten Exportland von Gruyère AOP,

Vergleich der jährlichen Exporte in Tonnen



Total 2000: 8'659 davon UE 5'814
 Total 2001: 9'775 davon UE 6'608
 Total 2002: 9'303 davon UE 6'064
 Total 2003: 9'407 davon UE 5'948
 Total 2004: 10'280 davon UE 6'147
 Total 2005: 10'600 davon UE 6'794
 Total 2006: 11'186 davon UE 6'719
 Total 2007: 10'886 davon UE 6'917
 Total 2008: 11'779 davon UE 7'205
 Total 2009: 10'974 davon UE 7'346
 Total 2010: 11'967 davon UE 7'501
 Total 2011: 11'670 davon UE 7'673
 Total 2012: 11'527 davon UE 7'568
 Total 2013: 12'207 davon UE 7'757
 Total 2014: 12'376 davon UE 8'063
 Total 2015: 11'956 davon UE 7'307
 Total 2016: 12'106 davon UE 7'551



durch eine herausragende Veranstaltung zu unterstützen.

Der kanadische Markt wird in Zusammenarbeit mit den Akteuren vor Ort ebenfalls bearbeitet. Anlässlich der Endrunden des Skilanglauf-Weltcups in Canmore und Québec wurden bedeutende Aktivitäten entfaltet.

In einer längerfristigen Perspektive leistet der Gruyère AOP Grundlagenarbeit im Rahmen der bestehenden Zusammenarbeit in der Waadt mit dem Vacherin Mont d'or AOP, L'Étivaz AOP und dem Label Terravin, die von den Behörden dieses Kantons unterstützt wird. So werden in den verschiedenen Hotelfachschulen im Kanton Waadt regelmässig Kurse in Warenkunde und Kurse zur Produktverwendung erteilt. Im gleichen Sinne unterstützt die Sortenorganisation die Maisoin du Gruyère finanziell und durch aktive

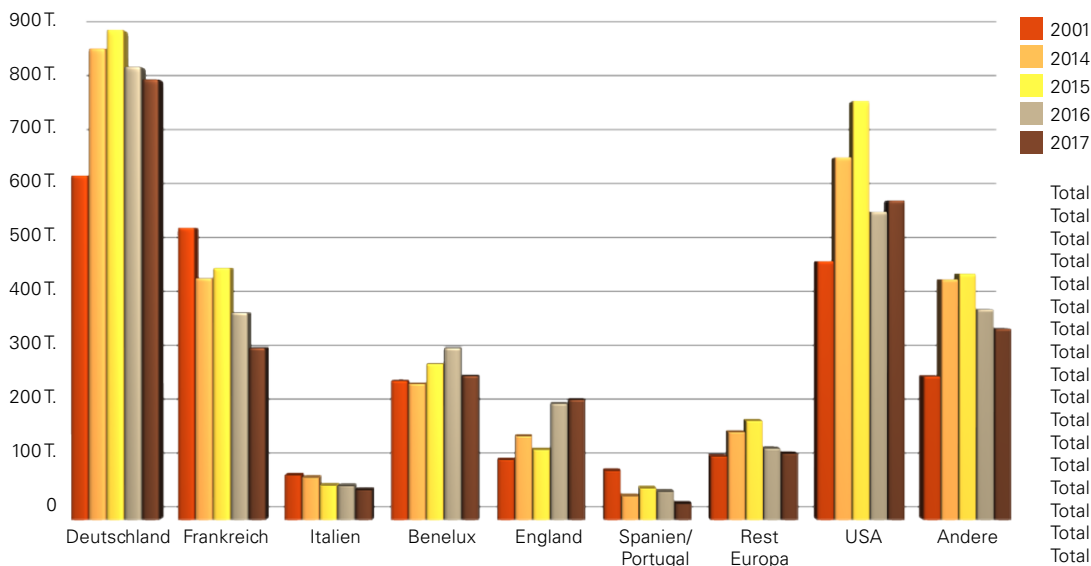
Mitarbeit. Diese erzielte 2016 einen neuen Besucherrekord. Ferner wirkten der Präsident und der Direktor der Sortenorganisation in der Jury des Architekturwettbewerbs für die neue Maison du Gruyère mit, die im Zeitraum 2020-2025 entstehen soll.

Alle diese Projekte werden auf der Website www.gruyere.com veröffentlicht, die in Deutsch, Französisch, Italienisch, Spanisch, Englisch, Schwedisch, Finnisch, Japanisch und Russisch verfügbar ist. Der Fokus der Website liegt auf den verschiedenen Rezepten, bei denen der Gruyère AOP im Vordergrund steht.

Eine gewisse Präsenz auf Facebook, Instagram und Pinterest ist gewährleistet. Die sozialen Medien werden je nach Land unterschiedlich intensiv bearbeitet.

All diese Aktivitäten haben zum Ziel, den Ruf der Marke Gruyère AOP zu fördern und den Käse selbst auf der ganzen Welt bekannt zu machen, dessen Geschmack sein wichtigstes Gut darstellt. Wie der Expertenbericht gezeigt hat, braucht es eine Stärkung der Marketingstruktur, damit alle Leistungen sichergestellt und die Aktionen noch besser mit den Verkaufsakteuren koordiniert werden können. Es versteht sich von selbst, dass der Erfolg von einer optimalen Umsetzung all dieser Massnahmen und der weiteren Verfügbarkeit der vom Bund zugesicherten Mittel abhängt. Sind alle diese Voraussetzungen erfüllt, kann der Gruyère AOP seinen Eroberungszug auf dem Weltmarkt fortsetzen und seine Stellung als beliebtester Käse der Schweizer Konsumenten behaupten.

Vergleich der Exporte in Tonnen (Januar – März)





Veranstaltungen 2016

Januar bis März 2016

Giant Xtour (1)

14. bis 17. Januar 2016

Swiss Expo, Lausanne

17. bis 19. Januar 2016

Winter Fancy Food Show und Cheesemonger Invitational, San Francisco (2)

27. Februar bis 6. März 2016

Salon International de l'Agriculture de Paris (SIA) (3)

10. bis 13. März 2016

Schlaraffia, Weinfelden

19. und 20. März 2016

AOC-, AOP- und IGP-Markt in Bourgen-Bresse (Frankreich)

2. bis 10. April 2016

Curling-Weltmeisterschaft der Herren, Basel

5. bis 9. April 2016

Zermatt Unplugged

15. bis 24. April 2016

Muba, Basel

19. bis 22. April 2016

Patrouille des Glaciers

22. bis 24. April 2016

Thementage Schweizer AOP-Käse, Grangeneuve

26. April bis 1. Mai 2016

Tour de Romandie

29. April bis 8. Mai 2016

BEA, Bern

29. April bis 8. Mai 2016

LUGA, Luzern

Mai bis September 2016

Regionale Finale Mille Gruyère (4)

7. und 8. Mai 2016

Foire agricole, Moudon

25. bis 29. Mai 2016

Tutticanti, Bulle

11. bis 19. Juni 2016

Tour de Suisse (5)

24. Juni 2016

Aufnahme amerikanischer Mitglieder in die Confrérie du Gruyère, New York (6)

26. bis 28. Juni 2016

Summer Fancy Food Show und Cheesemonger Invitational, New York

6. bis 10. Juli 2016

Leichtathletik-Europameisterschaften, Amsterdam (7)

10. Juli 2016

Slow-Up, La Gruyère

14. bis 17. Juli 2016

Jugend-Leichtathletik-Europameisterschaften, Tiflis, Georgien

19. bis 24. Juli 2016

Paléo Festival, Nyon

12. bis 14. August 2016

Swiss Food Festival, Zermatt (8)

25. August 2016

Athlétissima, Lausanne

26. bis 28. August 2016

Eidgenössisches Schwing- und Älplerfest, Estavayer (9)

30. August bis 1. September 2016

Weltklasse, Zürich (10)

10. bis 19. September 2016

Comptoir Suisse, Lausanne

23. bis 26. September 2016

Swiss Cheese Awards, Vallée de Joux

23. September bis 2. Oktober 2016

Züsä, Zürich

30. September bis 9. Oktober 2016

Foire du Valais, Martigny

13. bis 23. Oktober 2016

OLMA, St. Gallen

16. bis 20. Oktober 2016

Salon International de l'Alimentation, Paris

28. Oktober bis 1. November 2016

Salon des Goûts et Terroirs, Bulle

10. bis 13. November 2016

Taste of Melbourne, Australien (11)

11. bis 20. November 2016

Les Automnales, Genève

16. bis 18. November 2016

World Cheese Awards, Donostia - San Sebastián, Spanien

18. bis 20. November 2016

Slow Food Market, Zürich

19. bis 26. November 2016

Le Gruyère European Curling Championship, Braehead, Schottland (12)

November 2016 bis März 2017

Langlauf-Weltcup (13)

11. Dezember 2016

Crosslauf-Europameisterschaften 2016, Chia (Italien) (14)

Wintersaison 2016-2017

Fribourg Gottéron
Fondue-Abende auf dem Vierwaldstättersee

Ganzes Jahr hindurch

Werbung auf allen Elektrobussen in Zermatt (15)
Auf sämtlichen Abflügen der SWISS ab der Schweiz wird in der Economy-Class Schweizer Käse serviert





Organe der Sortenorganisation Gruyère

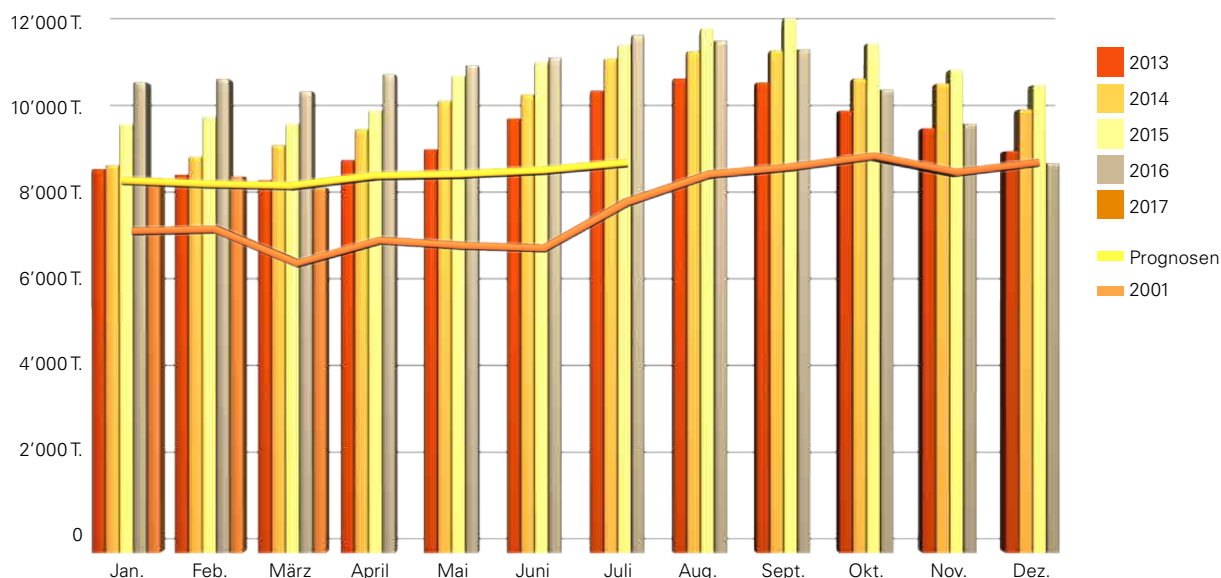
Der Präsident der Sortenorganisation Gruyère, Oswald Kessler, wurde von der Delegiertenversammlung einstimmig in seinem Amt bestätigt. Der Vorstand traf sich zu elf Sitzungen, darunter zu einer zweitägigen Tagung in Balsthal. Bei dieser Gelegenheit wurden die festgelegten Leitlinien bestätigt, die auf eine Weiterentwicklung der Branche basierend auf einem strengen Mengenmanagement und der Wahrung des Preisniveaus abzielen. Dabei muss die Marke Le Gruyère AOP Switzerland klar im Vordergrund stehen.

Der Vorstand behandelte die laufenden Geschäfte. Diese wurden durch die ungünstige Entwicklung des Wechselkurses überschattet, der den Absatz Anfang Jahr erschwerte. So sah sich der Vorstand gezwungen, beim Mengenmanagement drakonische Massnahmen zu treffen: Die Produktion musste 2016 auf 90% des zugewiesenen Volumens pro Produktionsstätte limitiert werden. Auf dieser Grundlage will der Vorstand nun präzise Indikatoren finden, um die Produktion je nach Entwicklung des Absatzes genauer steuern zu können.

Das Bureau hielt sieben Sitzungen ab, um die Tätigkeiten des Vorstandes zu koordinieren und die Lohnpolitik des Personals festzulegen. Ein weiteres Thema war die Kenntnisnahme und Vorberatung zuhanden des Vorstands des 2016 erstellten Prüfberichts. Die Schlussfolgerungen des Vorstands aus dem Bericht sind im Ausblick auf das Jahr 2017 zu finden.

Die Delegiertenversammlung kam zwei Mal zusammen, einmal für die Jahresrechnung und den Jahresbericht und einmal für das Budget. An der Delegiertenversammlung 2016 wurde zudem der Vorstand für eine

Vergleich der Entwicklung der Vorräte (Ende März 2017) in Tonnen





weitere statutarische Amtsperiode wiedergewählt. Der abtretende Jean-Marie Dunand wurde mit herzlichem Dank verabschiedet. Neu in den Vorstand gewählt wurde Adrian Scheidegger von der Käserei Niedermuhren.

Die Alpkommission traf sich drei Mal. Sie befasst sich hauptsächlich mit Themen, welche diese Spezialität der Gruyère AOP-Branche betreffen. Es wurden Fragen um die Preise und Mengen erörtert. Diese Diskussion soll 2017 abgeschlossen werden. Die Alpkommission nahm erfreut zur Kenntnis, dass ein Gruyère d'Alpage AOP beim Wettbewerb Swiss Cheese Awards im Vallée de Joux zum Swiss Champion erkoren wurde.

Die Biokommission traf sich zu fünf Sitzungen, um Themen im Zusammenhang mit der Menge und Qualität der Produktion von Gruyère AOP Bio zu erörtern. Während die Situation bei der Qualität absolut zufriedenstellend ist, sieht es bei der Absatzentwicklung anders aus. Von den rund 1'100 zugeteilten Tonnen

in diesem Marktsegment konnten lediglich 1'000 Tonnen effektiv abgesetzt werden. Es finden Gespräche mit Bio Suisse statt, um mögliche neue Märkte zu erschliessen und den Gruyère AOP Bio in den ver-

fünf Sitzungen zusammen. Sie definierte die verschiedenen Marketingachsen für 2016 und die Perspektiven für 2017, mit einem Fokus auf den Entwicklungsmöglichkeiten in den neuen Märkten.

Aufgrund der Ergebnisse des Prüfberichts dürften sich bei der Marketingkommission Veränderungen ergeben.

Die Planungskommission traf sich vier Mal. Sie behandelte die Problematik des Mengenmanagements, wobei sie insbesondere über mehrere Anpassungsgesuche im Zuge des neuen Systems 3/9 zu entscheiden hatte. Gegen einen Entscheid wurde Einsprache erhoben. Dies erforderte die Einberufung einer Sitzung der Rekurskommission in Sachen Mengenmanagement. Die Einsprache wurde abgewiesen.

Die Qualitätskommission traf sich zwei Mal zur Behandlung der ihr zugewiesenen Themen. Die Kommission befasst sich mit der Entwicklung der Qualität des Gruyère. Diese ist insgesamt gut. Es gilt indessen darauf zu



schiedenen Regalen im In- und Ausland besser zu positionieren.

Die Marketingkommission traf zu



achten, dass der handwerkliche Charakter des Produktionsprozesses erhalten bleibt, der für den unvergleichlichen Geschmack des Produkts zentral ist. In diesem Rahmen wurde eine Arbeitsgruppe Zertifizierung eingesetzt, um sicherzustellen, dass sich die für die Käseherstellung geltenden Hygienestandards nicht nachteilig auf den Gruyère AOP selbst auswirken, und dass bei der Erteilung der Produktionsbewilligung sämtliche Kriterien betreffend die Umsetzung des Pflichtenheftes berücksichtigt werden.

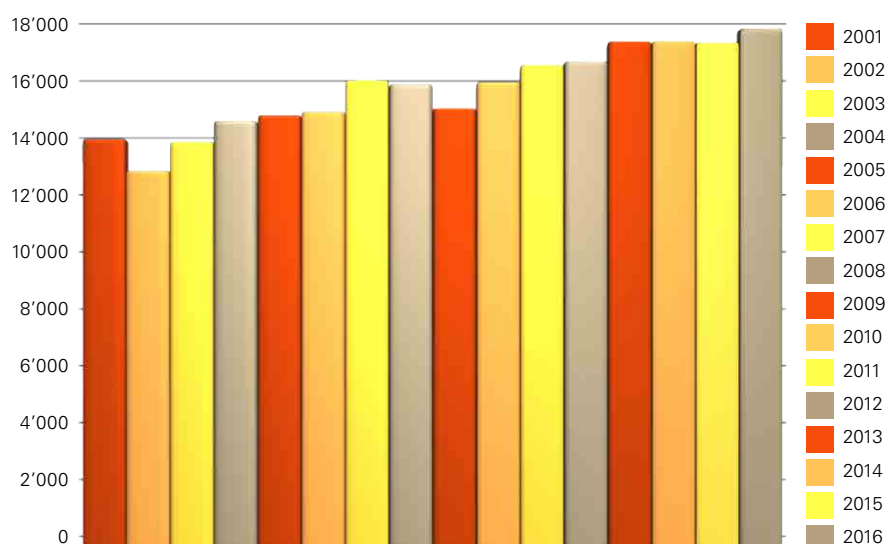
Die Geschäftsstelle wird nach wie vor von Direktor Philippe Bardet und Vizedirektor Marc Gendre geleitet. Marc Gendre koordiniert den Qualitätsbereich mit Thierry Bize, Christophe Magne und Jean-Louis Andrey als Mitarbeitern. Letzterer arbeitet zu 60 %. Jean-Louis Andrey wird 2017 in den wohlverdienten Ruhestand treten. Die Marketingabteilung unter der Leitung des Direktors setzte sich bei Jahresbeginn aus Laure Rousseau, Lucie

Monney und Philippe Gremaud zusammen. Im Laufe des Jahres erhielt das Team Verstärkung durch Philippe Neyroud, der Unterstützung im Bereich neue Medien leisten und sich um einen Teil der neuen Märkte kümmern sollte. Leider hat Philippe Neyroud seine Arbeit nicht fortgesetzt. Ende Jahr übernahm Marie L'Homme die Aufgaben von Lucie Monney, die in die Bundesverwaltung wechselte.

Das Sekretariat wird von Christine Grandjean und Julie Sudan geführt, die beide eine 80 %-Stelle innehaben. Für die Buchhaltung sind Magali Vuichard und Sandy

Uldry mit je einem 50 %-Pensum zuständig. Das kleine Team wird seine Arbeit im Bereich der Absatzförderung und zum Schutz des Gruyère AOP im Jahr 2017 engagiert fortzusetzen.

Vergleich der Alpproduktion (Kaseinmarke, Tonnen)





Jean-Pierre Egger umgeben vom Vorstand in seiner Zusammensetzung seit dem 1. Juli 2016

Vorstand der Sortenorganisation Gruyère

Präsident	Oswald Kessler*	Yverdon-les-Bains
Produzenten	Romane Botteron Didier Roch* Nicolas Savary Pascal Surchat	La Sagne Ballens Sâles (Gruyère) Blessens
Käser	Nicolas Schmoutz Adrian Scheidegger Didier Germain*# René Pernet	Mézières FR Niedermuhren 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	Jean-Pierre Huguenin Olivier Isler Daniel Koller	Avocat, Boudry Fromarte, Berne PSL, Berne

* Mitglied des Bureaus

Vizepräsident



Ausblick auf das Jahr 2017

Im Jahr 2017 wird es Aufgabe der verschiedenen Organe der Sortenorganisation sein, basierend auf den folgenden Vorgaben Verbesserungen in Angriff zu nehmen.

Menge

- Einführung eines Mengenmanagement- und Planungsinstruments, das auf Transparenz und Vertrauen basiert. Ziel ist ein qualitatives Wachstum unter Festlegung einer Alarmschwelle.
- Verstärkung der Massnahmen und Beschlüsse zur Durchsetzung von Regeln und zur Bekämpfung von Nachahmungen.

Qualität

- Einführung eines Systems zur Qualitätsüberwachung bis zum Verkaufspunkt (produktimmanente Qualität und Gesamtqualität), unter Berücksichtigung der Erwartungen des Konsumenten (Panel).
- Einführung eines Monitorings der Entwicklung der Produktions- und

Anlagentechniken im Zusammenhang mit der Qualität des Gruyère AOP.

Rentabilität

- Gewährleistung der Rentabilität der Branche, ihrer Akteure und ihrer Verwaltung.
- Prüfung der Einführung einer rechtlich zulässigen Struktur zur brancheninternen Koordination der Geschäftspolitik.

Kunde

- Analyse und Definition des Images, der Geschichte, der Stärken und der Besonderheiten des Gruyère AOP.
- Analyse und Definition der Inhalte, die man dem Kunden und Konsumenten vermitteln will.

Marke und Marketing

- Erarbeitung einer klaren Marken- und Marketingstrategie, gestützt auf eine objektive Analyse der aktuellen Lage.

- Reorganisation der Marketingstruktur der Sortenorganisation Gruyère, indem die Ziele, Aufgaben und Verantwortlichkeiten der betroffenen Akteure neu definiert werden.
- Erstellung eines Kommunikationskonzepts.

Zukunft der Sortenorganisation Gruyère

- Einführung eines Risikoanalysesystems für die Sortenorganisation Gruyère (Riskmanagement).
- Förderung der Identifikation der Mitglieder mit der Branche, der sie angehören.

Auf dieser Grundlage wird die Sortenorganisation Gruyère die Herausforderungen der Zukunft angehen, um eine Entwicklung des Gruyère AOP im Interesse des Konsumenten und zugleich eine angemessene wirtschaftliche Grundlage für alle Akteure zu sichern, die tagtäglich zum Gedeihen dieser edlen Käses beitragen.

Zusammenfassung der Aufteilung des gesamten Produktionspotentials des Gruyère AOP nach Käserei und Kanton für das Jahr 2017 (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	14'663'711	51.96	84	326'008	30.39	4	14'989'719	51.17	190'208	35.95	31	15'179'927	50.90	115
VD	7'960'399	28.21	41	303'972	28.33	3*	8'264'371	28.21	317'655	60.04	20	8'582'026	28.78	62
NE	2'806'760	9.95	15	92'750	8.65	1	2'899'510	9.90				2'899'510	9.72	15
JU	683'917	2.42	3	142'624	13.29	1	826'541	2.82				826'541	2.77	3
JUBE + Abs. 1	845'131	2.99	6	92'328	8.61	1	937'459	3.20	21'203	4.01	3	958'662	3.21	9
BE	796'208	2.82	9	115'138	10.73	1	911'346	3.11				911'346	3.06	9
Andere Kantone	463'237	1.64	6				463'237	1.58				463'237	1.55	6
Total	28'219'363	100	164	1'072'820	100	11*	29'292'183	100	529'066	100	54	29'821'249	100	219

* Das Total der Käsereien mit Bioproduktion umfasst 10 Käsereien mit trad. und biol. Gruyèreproduktion und eine Käserei mit ausschliesslicher Bioproduktion.