

LE GRUYÈRE[®]
SWITZERLAND 

Nr. 44 - Mai 2018

l'oiseau



Jahresbericht 2017

Interprofession du Gruyère

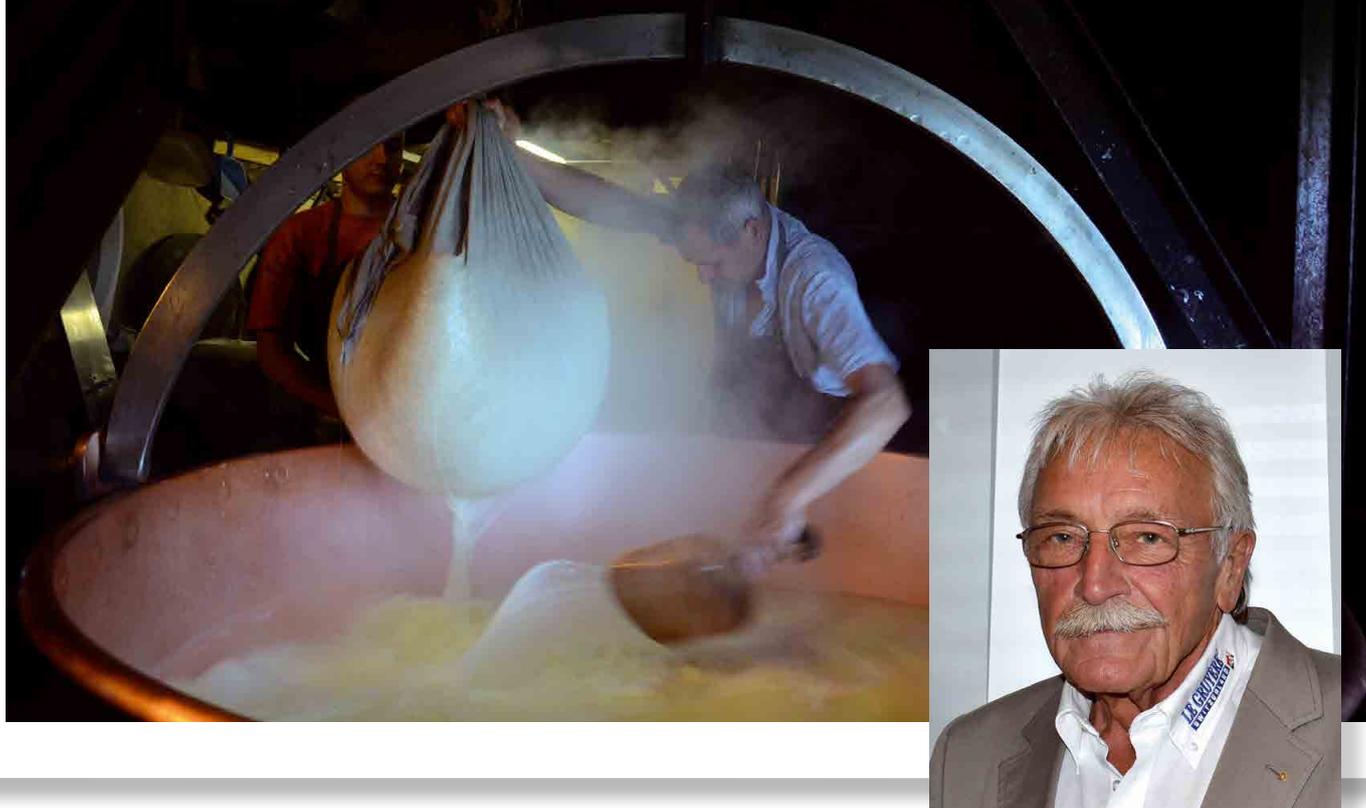


INHALT

- 03 BOTSCHAFT DES PRÄSIDENTEN
- 04 ALLGEMEINE LAGE
- 06 MENGENMANAGEMENT
- 07 MARKTSITUATION
- 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 2017
- 20 ORGANE DER SORTENORGANISATION GRUYÈRE
- 23 VORSTAND DER SORTENORGANISATION GRUYÈRE
- 24 AUSBLICK AUF DAS JAHR 2018

GRAFIKEN

- 04 AUFTEILUNG DES VERKAUFS VON GRUYÈRE AOP IM JAHRE 2017
- 05 MONATLICHER VERKAUF 2017 IN DER SCHWEIZ UND EXPORT
- 06 GESAMTPRODUKTION 2000-2017
- 07 VERGLEICH DES VERKAUFS
- 10 QUALITÄTSVERGLEICH NACH KALENDERJAHR
- 14 VERGLEICH DER PRODUKTION (KASEINMARKEN)
- 15 ABSATZ 2016-2017
- 16 VERGLEICH DER JÄHRLICHEN EXPORTE VON GRUYÈRE AOP
- 17 VERGLEICH DER EXPORTE (JANUAR – MÄRZ)
- 20 VERGLEICH DER ENTWICKLUNG DER VORRÄTE (ENDE MÄRZ 2018)
- 22 VERGLEICH DER ENTWICKLUNG DER VORRÄTE OHNE ALPBEWIRTSCHAFTUNG (ENDE MÄRZ 2018)
- 22 VERGLEICH DER ALPPRODUKTION (KASEINMARKE)
- 24 ZUSAMMENFASSUNG DER AUFTEILUNG DES GESAMTEN PRODUKTIONSPOTENTIALS DES GRUYÈRE AOP NACH KÄSEREI UND KANTON FÜR DAS JAHR 2018



Botschaft des **Präsidenten**

Die Zukunftsaussicht hat sich per Ende Jahr 2017 wesentlich verbessert.

Nach zweijähriger Produktionseinschränkung haben wir das Angebot an die Nachfrage anpassen können.

Der Höhenflug des Schweizerfrankens hat auch bei uns Spuren hinterlassen und die Mengen im Exportgeschäft sind eingebrochen. Unser Gruyère AOP hat sich zeitweise bis zu 20% verteuert für unsere Kunden in den Exportmärkten.

Aktuell sollte der Wechselkurs kein Handicap mehr sein für den Export.

Die gesamte Produktion war qualitativ auf sehr hohem Niveau und nur kleinste Mengen haben die strengen Qualitätskriterien nicht erfüllt.

Trotz dem permanent hohem Preisdruck des Handels konnten wir die Wertschöpfung für unsere Mitglieder der Sortenorganisation nach wie vor erhalten.

Ich erinnere sie kurz was unser Pflichtenheft fordert: Jede Stufe der Produktion eines AOP-Produktes muss gemäss vorhandenem Know-how in einer begrenzten geografischen Region und gemäss definiertem Prozess ausgeführt werden.

Das Ziel ist die Maximierung der Qualität, Rettung des regionalen Handwerks, Erhaltung der gesamten Wertschöpfungskette in der Region und Schutz einer traditionellen Spezialität vor Veränderung.

Unsere Konsumentinnen und Konsumenten wollte nicht nur ein ausserordentliches Produkt auf ihrem Teller haben, sondern zunehmend auch wissen, was sie essen, woher ein Produkt kommt, wer es herstellt und wie es produziert wird.

Immer häufiger stellen sich die Konsumenten auch Fragen bezüglich Tierhaltung. Werden Kühe artgerecht gehalten?

Wie und mit was werden sie gefüttert? Dürfen sie auf die Weide?

Im Pflichtenheft des Gruyère AOP sind die Anforderungen in Bezug auf die Milchproduktion, von der Fütterung der Tiere bis zur Lieferung der Milch in die Käserei unmittelbar nach dem Melken zweimal täglich, klar geregelt. Das Einhalten dieser Regeln wird regelmässig kontrolliert.

Unser Pflichtenheft und unsere Regeln der guten Herstellungspraxis, die eingehalten und kontrolliert werden, sind die Garantie für unsere Konsumenten.

Wir suchen nicht die Produktivität auf Kosten der Ethik und des traditionellen Handwerks.

Gemäss Brand Asset Valuator 2017 zählt Le Gruyère AOP zu den zehn bekanntesten Marken für die Schweizer Konsumenten.

Das ist das erfreuliche Resultat nach jahrelanger Investition in die Markenwerbung.

Dank dem Sponsoring internationaler Sportanlässe wie Curling, Skilanglauf, Leichtathletik, Eishockey und vieler regionaler Veranstaltungen haben wir dieses Resultat erreicht.

Unser Gruyère AOP ist nicht nur beliebt wegen seines einzigartigen Geschmacks, sondern auch wegen des täglichen Engagements unserer Mitglieder für die Tiere, das Handwerk, die Tradition, die Region und die Umwelt.

Es lebe der Gruyère AOP Switzerland!

Oswald Kessler
Präsident der IPG



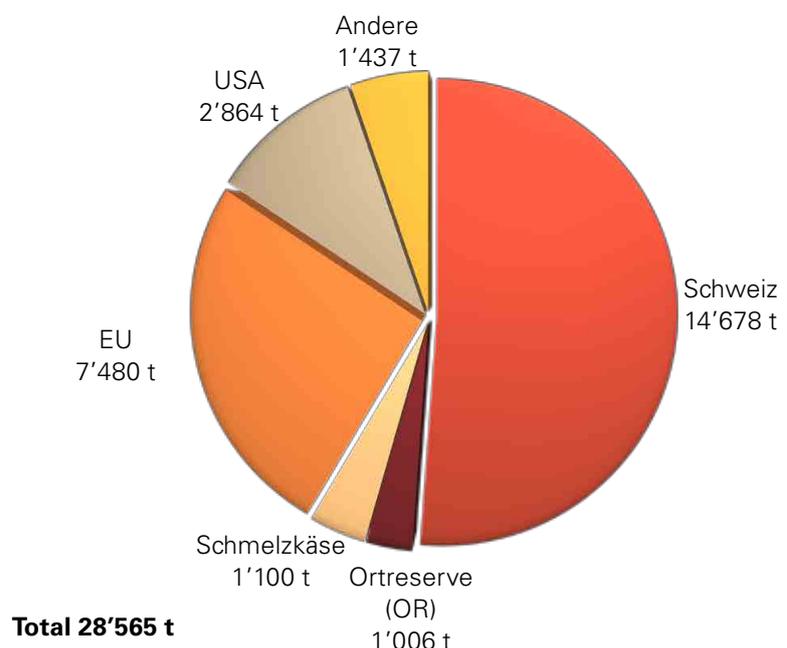
Allgemeine Lage

Die Sortenorganisation Gruyère machte im Laufe ihres 2017 gefeierten 20-jährigen Bestehens zwei grössere Marktkrisen durch, die jeweils eine Produktionsbeschränkung um 10 % zur Folge hatten. Zum Glück war diese Drosselung, so schwer sie auch war, von vorübergehender Dauer und erlaubte, wieder gestärkt aus den Sanierungsmassnahmen hervorzugehen. So auch im letzten Jahr, als es nach einem behutsamen Anfang im ersten Quartal bei 93 % möglich war, auf 98 % hochzufahren, um für das Jahr 2018 erneut eine Produktionsmenge von 100 % in Aussicht zu stellen. Diese Beschlüsse sowie ein Milchertrag während des Sommers von erstaunlichem Gehalt liessen zwar keine ideale Produktionsabfolge zu, doch zum Jahresende befanden sich die Bestände auf optimalen Niveaus. Der Entscheid, bei der Menge anzusetzen, ohne die Preise zu senken, erschien daher durchaus kohärent. Denn der Gruyère AOP ist ein Erzeugnis, das am Markt nicht unter seinem Wert abgesetzt werden darf. Im Gegenteil sollten die Preise auf nationaler Ebene nach oben angepasst werden, um auf allen Stufen, einschliesslich an der Verkaufsfrent, eine Marge zu erreichen, die eine langfristige Marktentwicklung und vor allem eine für die Zukunft notwendige Reinvestition gewährleistet. Innerhalb der Gruyère-Branche ist die derzeit faire Verteilung der Wertschöpfung zwischen den di-

versen an der Erzeugung und insbesondere am Vertrieb dieses Produkts mitwirkenden Akteuren zu begrüssen.

Diese positiven Aussichten haben jedoch nur Bestand, wenn das hervorragende Image, das der Gruyère AOP genießt, auf hohem Niveau gehalten wird. Die eigentliche Qualität dieses edlen Käses liegt zweifellos in seinem Geschmack. Doch darf dieser Aspekt allein nicht den einzigen Vorzug dieses Produkts darstellen. Sämtliche Opinionleader und insbesondere auch die Konsumenten sind sich fast durchgehend darin einig, dass ein starkes Image zum Kauf animiert. Aus internationaler Sicht kann sicher die Herkunft des Gruyère AOP aus einer kleinen Region der West-

Aufteilung des Verkaufs von Gruyère AOP im Jahre 2017 in Tonnen





schweiz, wo er in dezentralen Strukturen erzeugt wird, als Stärke des Produkts gewertet werden. Damit stellt sich heute die Frage nach der Definition von Sinn und Zweck der dezentralen Strukturen. Diesbezüglich ist daran zu erinnern, dass das 1992 mit der Unterzeichnung der Charta lancierte AOP-Projekt für den Gruyère zum Ziel hatte, diese Strukturen zu fördern und vor allem deren Fortbestand zu sichern. Damals war von einer grossen Produktionsstätte in Greyerz am Ufer der Sense die Rede. Doch einige weitsichtige Köpfe in den politischen Gremien und Berufsverbänden sahen die Zukunft des Produkts vielmehr in seiner Differenzierung

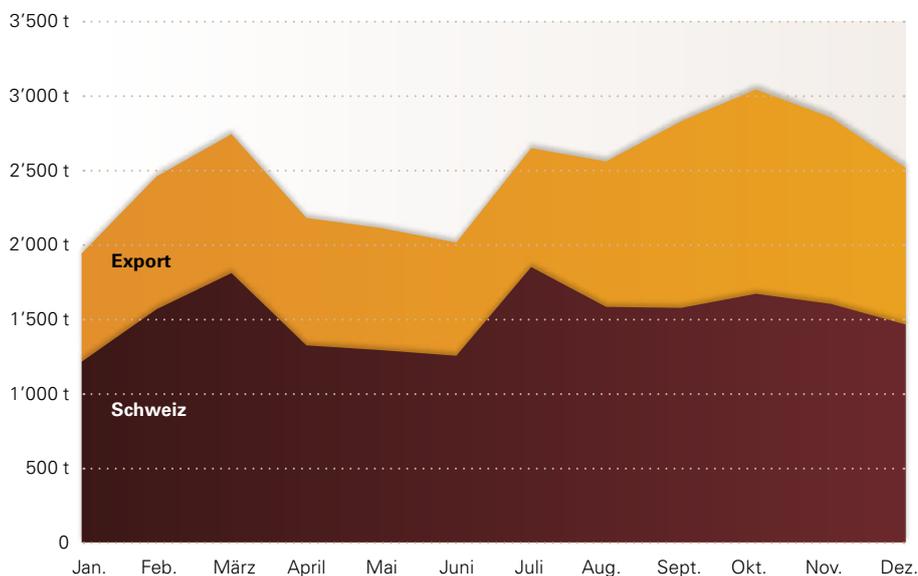
vom umfangreichen Käseangebot. Dieser Ansatz hat sich bis heute bewährt und löste eine wirtschaftliche Dynamik in der Branche aus, die vom Um- und Ausbau zahlreicher Bauernhöfe, Käsereien und Käsekellern begleitet ist.

Dank dieser Dynamik werden nicht nur kurzfristige Gewinnsteigerungen, sondern vielmehr eine branchenweite Entwicklung erzielt. Heute steht die Branche an einem Wendepunkt. Angesichts der wachsenden Strukturen stellt sich für die gesamte Wertschöpfungskette die Frage, ob die Milch- und Käsefertigung noch handwerklich strukturiert ist, ob der Mensch nach wie vor als entscheidender Faktor

im Mittelpunkt des Produktionsprozesses steht und ob diese Strukturen später ohne Einbringung von ausländischem Kapital einem unabhängigen Hersteller überlassen werden können. Diese Überlegungen werden in den kommenden Monaten von Bedeutung sein, damit sichergestellt werden kann, dass auch die künftigen Generationen noch vom Gruyère AOP leben können.

Ausgehend von diesen grundlegenden Überlegungen dürfte die Strahlkraft des Gruyère AOP zur Freude der Konsumenten hier und anderswo ungebrochen bleiben.

Monatlicher Verkauf 2017 in Tonnen





Mengenmanagement

Das Mengenmanagement für den Gruyère AOP wurde gemäss dem Beschluss von 2015 nach dem System 3/9 fortgesetzt. Unter Anwendung dieses Prinzips und angesichts der Marktlage und der Lagerbestände entschieden sich die Organe der Sortenorganisation für eine Produktionsmenge von 93 % für die ersten drei Monate des Jahres. Für die übrigen neun Monate konnten sie die Menge auf 98 %, über das Jahr gerechnet, erhöhen. Die Entscheidung betraf den traditionellen Gruyère AOP, während beim Gruyère AOP Bio zunächst eine Höchstproduktionsmenge von 96 % galt. Angesichts der Lager- und Absatzentwicklung war es jedoch möglich, die Höchstmenge beim Gruyère AOP Bio für das Ende des Jahres auf ebenfalls 98 % zu erhöhen. Dank dieser Entscheidungen konnte Ende Jahr ein Lagerbestand mit einer guten Verteilung erreicht werden.

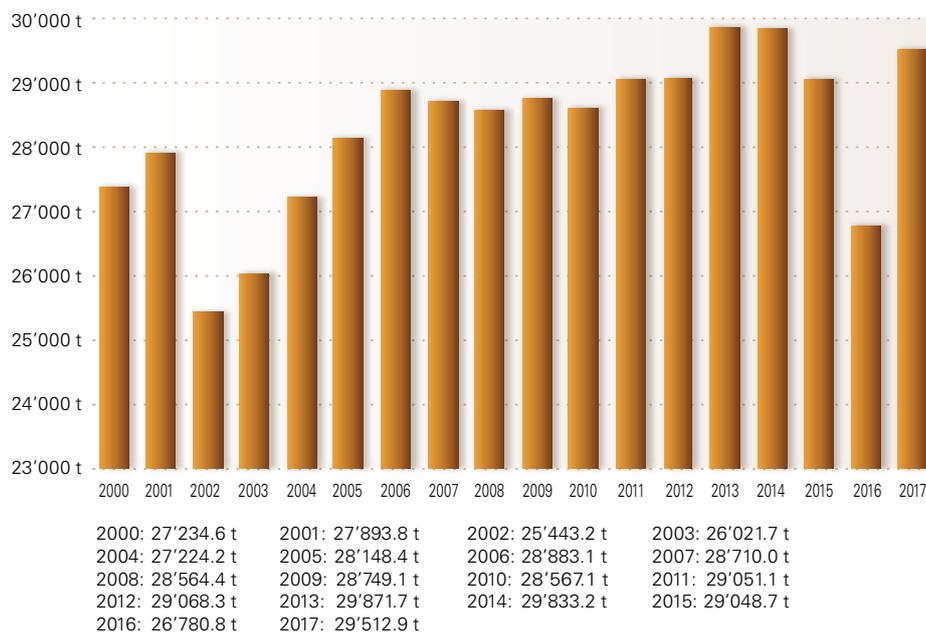
Zur Erinnerung: Käse aus Produktionen, die vor weniger als fünf Jahren ihren Betrieb aufgenommen haben, erfahren eine doppelt so hohe Mengenverminderung wie jene aus älteren Betrieben.

In den Gesamtzahlen zur Menge ist der qualitätsbedingte Rückgang berücksichtigt. Dieser belief sich 2017 auf 95 Tonnen, gegenüber 83 Tonnen im Vorjahr. Aufgrund der insgesamt guten Qualität ist davon auszugehen, dass diese Zahl in den kommenden Jahren gleich bleiben wird.

Beim Gruyère d'Alpage AOP konnte die Produktionsmenge von 100 % beibehalten werden, wobei in verschiedenen Alpbetrieben gewisse Anpassungen unter Berücksichtigung der Qualität und des Futterpotenzials vorgenommen wurden. Ausserdem wurde, wie in den Ausführungen zu den Aktivitäten der Alpkommission erwähnt, ein ehemals als Käserei tätiger Betrieb auf Gruyère d'Alpage AOP umklassiert, da er diesbezüglich alle Bestimmungen des Pflichtenhefts vollumfänglich erfüllt.

Die positive Entwicklung dieses Marktsegments erlaubt es, die Produktion des Gruyère d'Alpage AOP innerhalb der Gruyère-AOP-Familie zur grossen Freude des Konsumenten aufrechtzuerhalten.

Gesamtproduktion 2000-2017 in Tonnen





Marktsituation

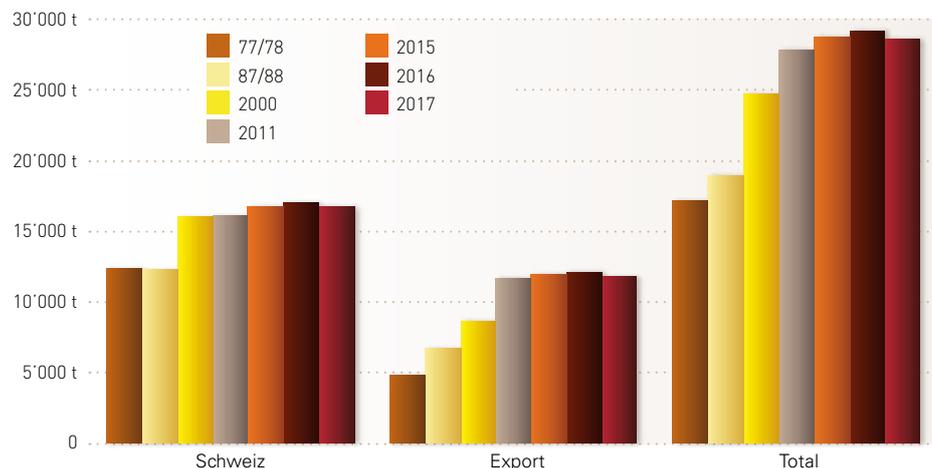
2017 lag die Absatzmenge von Gruyère AOP unter den Zahlen von 2016 und eher im Bereich der Werte von 2015. Es war jedoch wichtig, das Absatzpotenzial ins Verhältnis zur Produktion zu setzen, damit die Anbieter beruhigt tätig sein konnten. Dieser Herausforderung konnte Ende Jahr Folge geleistet werden, auch wenn höhere Verkaufszahlen in den Monaten November und Dezember wünschenswert gewesen wären. Es ist jedoch erfreulich festzustellen, dass es Anfang 2018 positive Zeichen gibt. Ausserdem gilt es zu erwähnen, dass sowohl der Milchpreis wie auch der Preis ab Käserei auf dem gleichen Niveau geblieben sind, was den verschiedenen Akteuren der Branche eine anständige Lebensgrundlage sichert.

Im Detail wurden 2017 von den 28'565 Tonnen rund 11'787 Tonnen exportiert. Zwei Exportländer stehen dabei heraus. Das sind zunächst die USA mit etwas weniger als 3'000 Tonnen sowie Deutschland, das dieses Jahr diese Grenze mit 3'224 Tonnen überschritten hat. Gefolgt von

Frankreich mit 1'200 Tonnen, das 2017 erneut Marktanteile verloren hat. Aufgrund der unternommenen Anstrengungen ist jedoch davon auszugehen, dass die Exportmenge für Frankreich in den kommenden Jahren wieder bei 1'500 bis 1'800 Tonnen liegen wird. Für zwei weitere europäische Länder liegen ermutigende Absatzzahlen vor. Es handelt sich dabei um die Beneluxländer und Grossbritannien. Das zeigt, dass die Absatzförderungsmassnahmen der Sortenorganisation Gruyère Früchte tragen.

Global gesehen ist der Gruyère AOP in 58 Ländern verankert, wobei die Schweiz nach wie vor der Hauptmarkt ist. Das Land weist immer noch ein beachtliches Volumen auf, auch wenn es unter starkem Druck der Käse aus anderen Regionen wie auch der Importe steht, die immer noch exponentiell wachsen. Dabei ist klar, dass angesichts der Verteilung der Märkte ein Gleichgewicht gefunden werden muss zwischen der Verteidigung der Spitzenposition auf nationaler Ebene und der Erschliessung neuer Märkte auf internationaler Ebene. Es gilt also, eine optimale Koordination mit den Vertriebskanälen, die sich ebenfalls auf eine einwandfreie Qualität abstützen, und einer intensiven Verkaufsförderung sicherzustellen, um der Marke Le Gruyère AOP Switzerland mehr Präsenz zu verleihen.

Vergleich des Verkaufs in Tonnen





AOP-Dossier und **internationale Lage**

2017 wurden die Massnahmen zum Schutz der Bezeichnung und der Marke Le Gruyère AOP Schweiz in der Schweiz und weltweit fortgesetzt.

Mit dem Inkrafttreten der Swissness-Gesetzgebung wurde es möglich, eine Marke, die Eigentum der Sortenorganisation Gruyère sein sollte, auf nationaler Ebene zu hinterlegen. Die Eintragung der Marke sollte im ersten Quartal 2018 Realität werden. Auf dieser national gestützten Grundlage wird es fortan möglich sein, den Schutz der Bezeichnung auf internationaler Ebene zu stärken.

Es liegt auf der Hand, dass ein solcher Schutz auch eine lückenlose Anwendung der Bestimmungen des Pflichtenhefts des Gruyère AOP und der grafischen Charta bedingt, die klare Bestimmungen für die Verwendung der Bezeichnung Le Gruyère Switzerland AOP enthalten. Zu diesem Zweck kontrolliert die Interkantonale Zertifizierungsstelle (OIC) sämtliche auf dem Markt verwendeten Etiketten. Es ist festzustellen, dass diese Bestimmungen auf nationaler Ebene im Allgemeinen relativ gut eingehalten werden.

Auf internationaler Ebene setzt die Sortenorganisation Gruyère den Kampf zum Schutz der Bezeichnung in verschiedenen Ländern der Welt fort. Bei mehreren Dossiers agiert sie gemeinsam mit dem französischen Gruyère IGP sowie den europäischen und den französischen Instanzen, insbesondere dem l'Institut national de l'original et de la qualité (INAO), dem französischen Nationalinstitut für Herkunft und Qualität

In erster Linie gilt es, die vollumfängliche Anwendung der Bestimmungen des Abkommens mit der Europäischen

Union zur gegenseitigen Anerkennung der Ursprungsbezeichnungen zu prüfen. Es wurden Massnahmen gegenüber verschiedenen Marktakteuren, welche die Bezeichnung unrechtmässig verwenden, ergriffen. Mehrere Fälle konnten in der Zwischenzeit zur Zufriedenheit aller Beteiligten durch den Verzicht auf die Bezeichnung Gruyère bei Produkten, die nicht dem Pflichtenheft entsprechen, geklärt werden.

In weiter entfernten Ländern sind mehrere Prozedere zur Hinterlegung von Marken im Gange, damit der Kampf um den Eigentumsanspruch auf stärkeren Rechtsgrundlagen erfolgen kann.

Für eine erfolgreiche Durchsetzung stützt sich die Sortenorganisation auf ihre eigenen Anwälte und auf jene, die in den Ländern beauftragt sind, in denen das Problem aufgetreten ist. Sie wird zudem unterstützt von Bundesbehörden wie dem Bundesamt für Landwirtschaft und dem Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum sowie der Europäischen Union und der INAO, den nationalen und internationalen Organisationen wie Switzerland Cheese Marketing (SCM) sowie der Schweizerischen

Vereinigung der AOP-IGP, aber auch von der Organisation oriGIn, deren Arbeit entscheidend ist, um die angeführten Argumente auf ein solides Fundament zu setzen. Zu diesem Zweck wurden zusätzliche Anstrengungen unternommen, um über einen Ableger der Organisation oriGIn in den USA zu verfügen.

Der Schutz der Marke Gruyère erfordert stete, unablässige Arbeit, um die Absatzförderungsmassnahmen und vor allem den vollen Erfolg auf dem Markt zu gewährleisten. Die Sortenorganisation setzt dafür hohe Beträge ein.



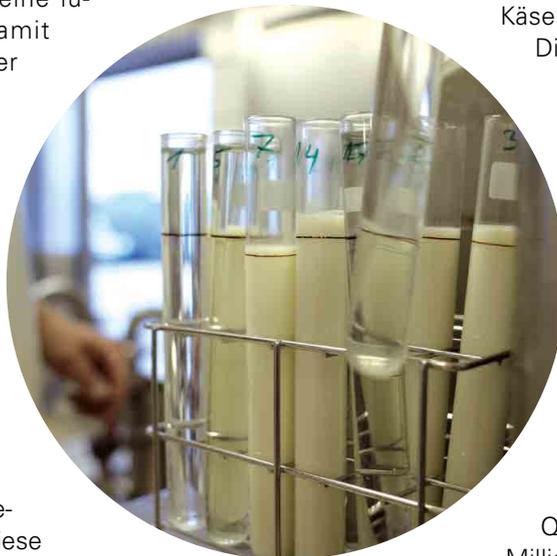


Qualität des Gruyère AOP

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 2017 von traditionellem und biologischem Gruyère AOP von hervorragender Qualität. Der seit 2014 rückläufige Anteil an Käse der Qualität IB setzte sich 2017 fort. Die in den letzten Jahren umgesetzten Massnahmen zur Steigerung der Qualität des Gruyère AOP haben sich gelohnt. 98,09 % der eingegangenen Posten wurden in die Klasse IA eingestuft. Der Anteil der Posten mit 19 und mehr Punkten lag bei 63,17 % (Vorjahr: 61,06 %). Der Anteil der Erzeugnisse zweiter Wahl ist äusserst niedrig. Zu erwähnen ist, dass von 48 eingereichten Rekursen rund 55 % gewonnen wurden. Diese Resultate ermöglichen die Auszahlung von Qualitätsprämien in der Höhe von 5,28 Millionen.

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 95,7 % der Produktion in die Klasse IA eingestuft werden, und 64,08 % erreichten 19 Punkte oder mehr.



Chemische Analyse

Wasser- und Fettgehalt

Sämtliche in den Handel gebrachten Posten werden einer systematischen Kontrolle der chemischen Zusammensetzung unterzogen. Zu vierzehn Analysen wurde ein Rekurs eingereicht, sieben 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.

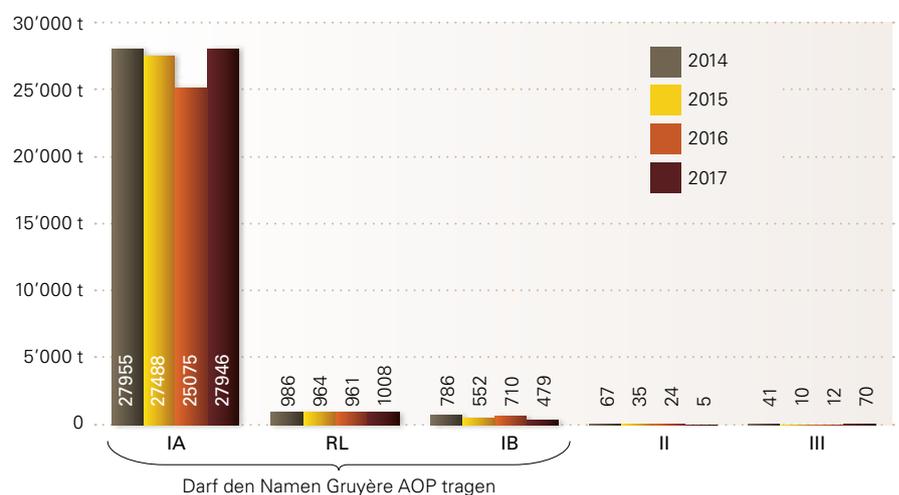
Qualitätskommission

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 2017 einmal 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.

Spezifische Analysen

Die Sortenorganisation Gruyère führt Analysen zur hygienischen und bakteriologischen Qualität der Käse durch. Im Jahr 2017 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.

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 Laufe des Jahres. 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.

Mondial du Fromage et des Produits laitiers, Tours, Frankreich, 12. Juni 2017

Die Fachmesse vereinte 191 Aussteller aus 30 Nationen.

Rund 650 Käse und Milchprodukte wurden am Produktwettbewerb vom Montag, 12. Juni 2017, der im Rahmen dieses Anlasses organisiert wurde, präsentiert.

Die Käserei Molésion SA erhielt bei diesem Wettbewerb für ihren Gruyère AOP zwei Medaillen:

Goldmedaille mit Auszeichnung «Super Gold»: Spezialpreis der Jury, die die Kategorie Le Gruyère AOP Vieux Suisse Molésion 18 Monate bewertete

Silbermedaille: Le Gruyère AOP corsé Molésion 12 Monate

Die beiden Käse wurden durch Fromage Gruyère SA, Bulle, affiniert

Wettbewerb des Freiburgischen Alpwirtschaftlichen Vereins, Charmey, 21. Juli 2017

57 handwerkliche Produzenten kamen der Einladung des Freiburgischen Alpwirtschaftlichen Vereins nach. Er hatte anlässlich seines 120-jährigen Jubiläums einen Wettbewerb für Produkte aus dem Freiburgerland lanciert.

In der Kategorie: Gruyère d'Alpage AOP

Goldmedaille: Le Gruyère d'Alpage AOP von Alexandre Murith, Alp Provêta-Tsermont, affiniert durch Fromage Gruyère SA, Bulle

Silbermedaille: Gruyère d'Alpage AOP von Laurent und Nicolas Brodard, Alp La Guignarde

Bronzenmedaille: Gruyère d'Alpage AOP von Maurice Bapst, Alp Vacheresse

Auszeichnung: Gruyère d'Alpage AOP von Jacques Ruffieux, Alp Tissiniva

Auszeichnung: Le Gruyère d'Alpage AOP von Philippe und Samuel Dupasquier, Alp Le Lity

Die vier letztgenannten Käse wurden durch die Freiburgische Genossenschaft der Alpkäseproduzenten, Charmey, affiniert

In der Kategorie: Fondue Moitié/Moitié

Goldmedaille: Fondue de l'Armailli der Genossenschaft der Alpkäseproduzenten, Keller «La Tzintre», Charmey

International Cheese Awards 2017, Nantwich, England, 25. und 26. Juli 2017

Le Gruyère AOP hat auch 2017 bei diesem grossen internationalen Wettbewerb der Käsebranche Medaillen gewonnen.

In der Kategorie: Hartkäse mit Rohmilch

Bronzemedailles

- Philippe Geinoz, Käserei Les Sagnettes, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains und präsentiert von Walo von Mühlenen Ltd
VHC Very Highly Commended Award
- Alexandre Gueux, Käserei Châtonnaye, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Cremo Von Mühlenen AG, Freiburg

In der Kategorie: Käsespezialität – Hartkäse

Silbermedailles

- Serge Jeanmonod, Käserei La Côte-aux-Fées, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains, und präsentiert von Walo von Mühlenen Ltd
VHC Very Highly Commended Award
- Franz Jungo, Käserei Strauss, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Cremo Von Mühlenen AG, Freiburg

In der Kategorie: Hartkäse

Gold Award

- Philippe Geinoz, Käserei Les Sagnettes, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains, und präsentiert von Walo von Mühlenen Ltd

In der Kategorie: Gruyère AOP mit Rohmilch

Goldmedaille

- Jean-Marie Dunand, Käserei Le Crêt, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Fromage Gruyère SA, Bulle, und präsentiert von Mark and Spencer

Silbermedaille

- Jean-Marie Dunand, Käserei Le Crêt, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Fromage Gruyère SA, Bulle, und präsentiert von Waitrose

In der Kategorie: Beste Käse der Schweiz

Silbermedaille

- Philippe Geinoz, Käserei Les Sagnettes, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains, und präsentiert von Walo von Mühlenen Ltd

Bronzemedailles

- Vincent Tyrode, Käserei L'Auberson, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains, und präsentiert von Walo von Mühlenen Ltd
VHC Very Highly Commended Award
- Franz Jungo, Käserei Strauss, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Cremo Von Mühlenen AG, Freiburg

Schweizer Wettbewerb der Regionalprodukte, Delsberg/Jura, 30. September und 1. Oktober 2017

Le Gruyère AOP hat am Schweizer Wettbewerb der Regionalprodukte mehrere Medaillen gewonnen. Dieser hat am Wochenende vom 30. September und 1. Oktober 2017 in Delsberg im Kanton Jura stattgefunden.

Das Ziel des Wettbewerbs ist, direkte Kontakte zwischen Produzenten und Konsumenten zu ermöglichen.

Goldmedailles

Le Gruyère AOP

- Christophe Cujean, Käserei Pomy Affineur Mifroma SA, Ursy
- Grégory Maisonneuve, Käserei Gumefens Affineur Fromco SA, Moudon

Le Gruyère d'Alpage AOP

- Jacques Ruffieux, Alp Tissiniva Affineur Freiburgische Genossenschaft der Alpkäseproduzenten, Charmey

Bio-Fonduemischung

- Pierre Buchillier, Bio-Käserei Les Moulins

Fondue moitié-moitié

- Michel Grossrieder, Käserei Moléson SA

Silbermedailles

Le Gruyère AOP

- Didier Germain, Käserei Les Martels Affineur Fromco SA, Moudon

Fonduemischung

- Jean-Charles Favre, Käserei Vuarmarens
- Jean-Daniel Privet, Käserei Le Pâquier

Bronzemedailen

Le Gruyère AOP

- Michel Grossrieder, Käserei Moléson SA
Affineur Fromage Gruyère SA, Bulle

Le Gruyère d'Alpage AOP

- Philippe und Samuel Dupasquier, Alp Le Lity
Affineur Freiburgische Genossenschaft der
Alpkäseproduzenten, Charmey

Fonduemischung

- Olivier Philipona, Käserei Vuadens

Alpkäse-Prämierung an der OLMA, St. Gallen, 13. Oktober 2017

Wie jedes Jahr fand auch 2017 die Alpkäse-Prämierung im Rahmen der OLMA, der grossen Publikumsmesse in St. Gallen, statt.

Le Gruyère d'Alpage AOP von Philippe Germain, Alp Pré de Bière, St-George, gewann auch in der Kategorie Hartkäse den **3. Preis**.

Dieser Käse wurde durch Magnenat SA (Fromage Gruyère SA, Bulle) affinert.

World Cheese Awards, London, England, 17. bis 19. November 2017

Le Gruyère AOP gewann bei diesem grossen internationalen Wettbewerb der Käsebranche verschiedene Auszeichnungen.

Best Le Gruyère Cheese Trophy

- Käserei Cremo für ihren Gruyère AOP, affinert durch Fromage Gruyère SA, Bulle

«Super Gold»-Medaille

- Käserei Cremo für ihren Gruyère AOP, affinert durch Fromage Gruyère SA, Bulle

Goldmedaillen

- Alexandre Guex, Käserei Châtonnaye, für seinen Gruyère AOP, affinert durch Cremo Von Mühlenen AG, Freiburg, 3 Goldmedaillen
- Adrian Scheiddegger, Käserei Niedermuhren, für seinen Gruyère AOP, affinert durch Cremo Von Mühlenen AG, Freiburg
- Martial Bovay, Käserei Vaulion, für seinen Gruyère AOP, affinert durch Fromco SA, Moudon
- Philippe Dénervaud, Käserei Villaz-St-Pierre, für seinen Gruyère AOP, affinert durch Fromco SA, Moudon
- Vincent Tyrode, Käserei L'Auberson, für seinen Gruyère AOP, affinert durch Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains, und präsentiert von Clarke Gemini International Ltd

- Gilbert Golay, Käserei Penthéreaz, für seinen Gruyère AOP, affinert durch Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains, und präsentiert von Clarke Gemini International Ltd
- Serge Jeanmonod, Käserei La Côte-aux-Fées, für seinen Gruyère AOP, affinert durch Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains, und präsentiert von Clarke Gemini International Ltd
- Olivier Habegger, Käserei Brenles-Chesalles-Sarzens Haut-Tierdoz, für seinen Gruyère AOP, affinert durch Fromco SA, Moudon, und präsentiert von Walo von Mühlenen Ltd.

Silbermedaillen

- Markus Sturny, Käserei Lanthen, für seinen Gruyère AOP, affinert durch Cremo Von Mühlenen AG, Freiburg
- Käserei Cremo für ihren Gruyère AOP, affinert durch Fromage Gruyère SA, Bulle
- Adrian Scheiddegger, Käserei Niedermuhren, für seinen Gruyère AOP, affinert durch Cremo Von Mühlenen AG, Freiburg
- Franz Jungo, Käserei Strauss, für seinen Gruyère AOP, affinert durch Cremo Von Mühlenen AG, Freiburg, 2 Silbermedaillen
- Roland Pittet, Käserei Bouloz-Porsel, für seinen Gruyère AOP, affinert durch Lustenberger & Dürst AG, Cham

Bronzemedaille

- Adrian Scheiddegger, Käserei Niedermuhren, für seinen Gruyère AOP, affinert durch Cremo Von Mühlenen AG, 2 Bronzemedailen

2. Ausgabe der Fondue-Weltmeisterschaft, Tartegnin, 18. November 2017

Am Samstag, 18. November 2017, fand die 2. Ausgabe der Fondue-Weltmeisterschaft im kleinen Waadtländer Städtchen Tartegnin statt.

Die beiden diesjährigen Gewinner der Fondue-WM sind:

Benedikt Wüthrich, Käserei Auboranges (FR) Weltmeister / Profi-Kategorie

André Bourqui aus Le Vaud (VD) Weltmeister / Amateur-Kategorie

Vom Waadtländer Staatsrat ausgezeichnete Käse

Die Sortenorganisation Gruyère freut sich, dass der Waadtländer Staatsrat den Gruyère d'Alpage AOP von La Combe Noire (Vallée de Joux) zum Käse des Jahres 2018 erkoren hat. Dieser Gruyère AOP des Produzenten Frédy Hauser, der durch die Fromco SA in Moudon affinert wird, wird bei offiziellen Veranstaltungen des Waadtländer Staatsrats serviert.



LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND

Auch für Pflücker.

Der Geschmack der Schweiz seit 1115.
www.gruyere.com

Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse.

www.schweizerkaese.ch

LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND

Auch für Urlauber.

Der Geschmack der Schweiz seit 1115.
www.gruyere.com

Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse.

www.schweizerkaese.ch

2-DARIO: UN SIGN

du Tour de ski, qu'il attendait. message est clair.

Il peut battre tout le monde

JEAN-CLAUDE SCHERTENLEIB
journaliste

équipe de Suisse de Coupe Davis, les concurrents citaient à la traïsson. Mais lui savait ce qu'il faisait. Il l'a prouvé en 2017. Il va le confirmer cette année.

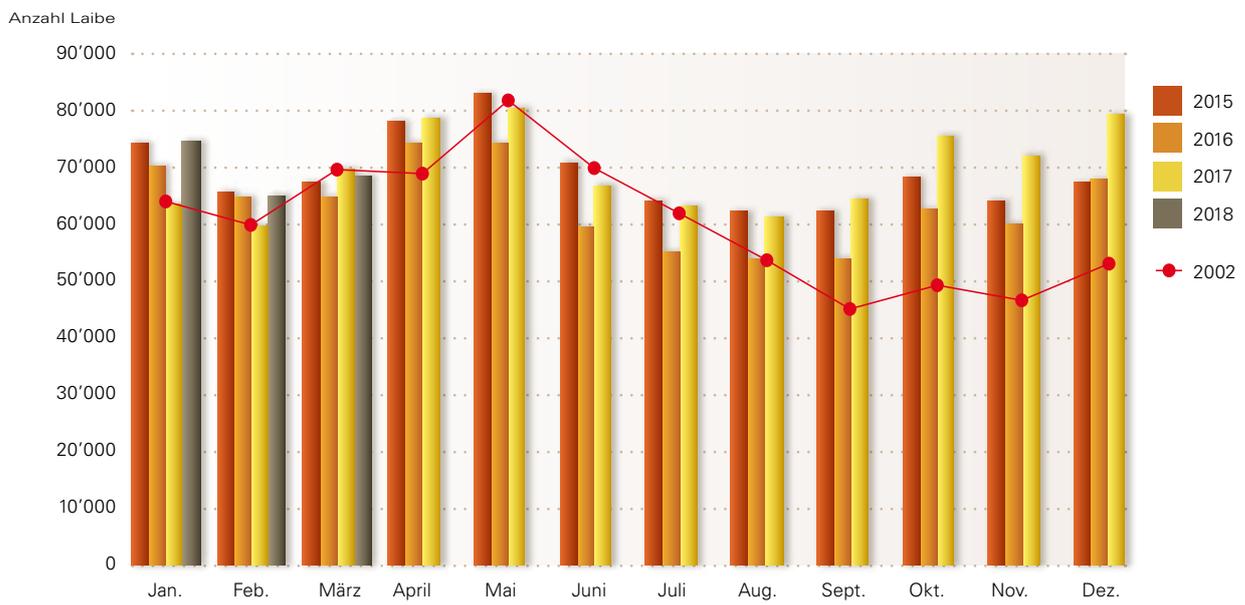
Marketing

Die Branche investiert sowohl im In- wie auch im Ausland, um den Absatz des Gruyère AOP zu unterstützen.

In der Schweiz wurde die Kampagne mit dem Claim «Der Geschmack der Schweiz seit 1115» weitergeführt. In den ersten Monaten des Jahres begleitete dieser Slogan die Meteo-News von SRF in den verschiedenen Regionen der Schweiz. Zum Jahresende wurde diese Kampagne durch den Einsatz von Werbespots, einer digitalen Kampagne und von Anzeigen in öffentlichen Verkehrsmitteln der ganzen Schweiz intensiviert. Diese Werbung stiess auf sehr positive Resonanz. Gleichzeitig war der Gruyère AOP an verschiedenen überregionalen Messen wie MUBA, BEA, LUGA, Züspa, Foire du Valais, OLMA,

Slow Food Market, Les Automnales und an der unverzichtbaren Messe «Goûts & Terroirs» in Bulle präsent. Diese Tätigkeit wird in Koordination mit der Schweizerischen Vereinigung der AOC-IGP und Switzerland Cheese Marketing (SCM) durchgeführt. Diese Auftritte und die Präsenz an regionalen Events, für die oft Branchenpartner verantwortlich zeichnen, bieten Gelegenheit, den Gruyère AOP, den Gruyère AOP Bio und den Gruyère d'Alpage AOP in ihren verschiedenen Variationen und Reifegraden zu entdecken und vor allem wiederzuentdecken. Der Kontakt mit dem Konsumenten ist dabei sehr wichtig. Die Entdeckung des Produkts wird daher auch mit Degustationen unterstützt, die bei Grossverteilern vorwiegend in der Deutschschweiz durchgeführt werden.

Vergleich der Produktion (Kaseinmarken)



possibilité de croquer encore l'écart
avant les derniers difficultés. a
a « Il n'est produit un délicat...
de l'histoire, il s'agit, qui ne peut que
faire de lui l'un des meilleurs la-
réservés pour les fêtes à venir. Triple
champion olympique, vainqueur à
en fait quatre reprises du classement
général de la Coupe du monde,
nté... le Grison de Santa Maria Val
couvre l'histoire à travers comme un
ta, ne l'ont point servent, effectués de
longues heures de travail d'égale-
passent. En passant aussi la
score le temps de sa origine. Dislocation
moment. Ce qu'il va continuer de faire en
prochaines jours. « On ne s'attent
cela qu'il doit pas à ce que tout soit
rable, si



Doch die besten Werbebotschafter sind natürlich die Branchenakteure. Deshalb stellt die Sortenorganisation Gruyère allen Käseereien Laib-Etiketten zur Verfügung, um die Sichtbarkeit der Marke Le Gruyère AOP Switzerland beim Verkauf dieses edlen Käses zu erhöhen.

Ergänzend zur Basiswerbung tragen die Sponsoring-Aktivitäten zur Ausstrahlung des Gruyère AOP bei. So war er erneut an Leichtathletik-Events wie den internationalen Meetings Athletissima Lausanne oder Weltklasse Zürich zugegen, aber auch am Nachwuchswettbewerb Mille Gruyère, der in Zusammenarbeit mit Swiss Athletics organisiert wurde. Die Sortenorganisation Gruyère ist auch auf Ebene des Europäischen Leichtathletikverbands engagiert und nimmt an verschiedenen von diesem Verband organisierten Wettkämpfen in ganz Europa teil, um die Wahrnehmung des

Gruyère AOP sei es bei den Zuschauern oder auch durch die Präsenz der Marke an den Banden der Leichtathletikpisten zu fördern. Ein Kernpunkt dieses Projekts war der Auftritt von Ende Juni an der Leichtathletik-Europameisterschaft in Lille, Frankreich.

Der Gruyère AOP hat auch die verschiedenen Etappen des Skilanglauf-Weltcups in Europa und der ganzen Welt begleitet. Eines der erklärten Ziele dieser neuen Zusammenarbeit ist die Stärkung der Präsenz des Gruyère AOP in den nordeuropäischen Ländern. Mit dem Erfolg der Schweizer Langläufer wird die mediale Reichweite dieses Projekts zusätzlich erhöht.

Die Gruyère European Curling Championship fand dieses Jahr Ende November in St. Gallen statt und bot ebenfalls Gelegenheit, die Marke Gruyère AOP in Europa und auf weltweiter Ebene zu stärken, insofern als die Fernsehbilder sowohl in den USA und Kanada als auch in asiatischen Ländern übertra-

gen wurden. Auf nationaler Ebene sponsert der Gruyère AOP weiterhin den HC Fribourg-Gottéron während der Schweizer Eishockey-Meisterschaft.

Das Event-Sponsoring ist ein ausgezeichnetes Mittel, um die Sichtbarkeit der Marke durch eine erhöhte Präsenz des Produkts unmittelbar in Verbindung mit den Veranstaltungen zu steigern.

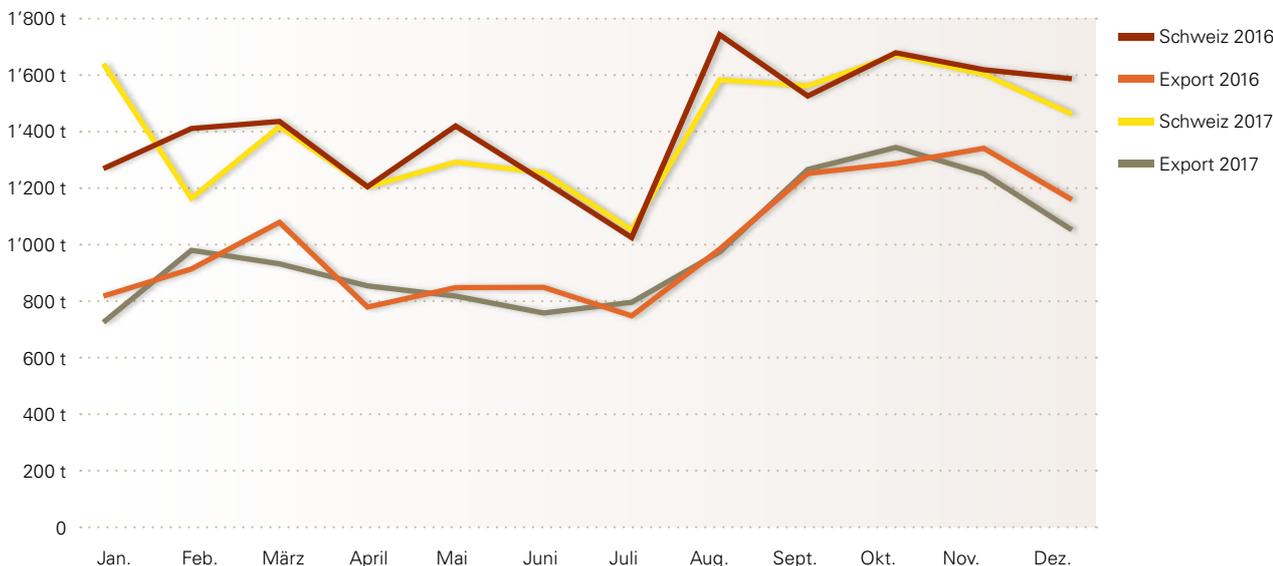
Im Bereich Kultur begleitet das Hot Fondue aus Gruyère AOP die Besucher des Paléo-Festivals in Nyon oder auch des Musikfestivals Zermatt Unplugged und des Swiss Food Festival in Zermatt. Die Besucher dieser internationalen Tourismusdestination können zudem die Elektrobusse in den Farben des Gruyère AOP benutzen.

Wie bereits weiter oben erwähnt tätig die Sortenorganisation Gruyère auch umfassende Marketinginvestitionen im Ausland. Dabei wird sie im Rahmen ihrer Zusammenarbeit mit Switzerland Cheese Marketing durch Bundesmittel unterstützt.

In Deutschland wurden die verkaufsfördernden Massnahmen mittels Publiprint-Werbung und Degustationen sowie eines gross angelegten Merchandising-Programms im Westen und Süden des Landes fortgesetzt. Diese Aktivität wird in Zusammenarbeit mit Emmentaler AOP, Appenzeller und Tête de Moine AOP durchgeführt und hat zum Ziel, den Vertrieb von Gruyère AOP zu stärken. Deutschland macht gut 10 % des Absatzes beim Gruyère AOP aus und es ist zentral, den Absatz unseres Käses beim wichtigsten Wirtschaftspartner der Schweiz weiter steigern zu können. Auch der SCM-Stand an der Anuga in Köln bot Gelegenheit, den Gruyère AOP in den Vordergrund zu rücken.

Wie bereits im Vorjahr berichtet, präsentiert sich die Lage am französischen Markt schwierig, wo die 2016 erzielte Absatzmenge von 1'500 Tonnen in 2017 nicht beibehalten werden konnte. Es fanden zwei Treffen mit den Exporteuren statt, um Lösungen für die Erschliessung von Absatzmöglichkeiten an diesem Markt zu finden. Der Gruyère AOP ist zwar ziemlich überall im Offenverkauf, dafür aber überhaupt nicht in vorver-

Absatz 2016-2017 in Tonnen



packten Portionen erhältlich. Daher müssen Anstrengungen unternommen werden, um wieder etwas Terrain in diesem Marktsegment zurückzugewinnen. Gewiss bedeuten die französischen Käse im Bereich der Qualitätsprodukte für den Gruyère AOP eine harte Konkurrenz. Auch in Frankreich wurde daher ein Merchandising-Programm zur Verkaufsförderung lanciert. Der Gruyère AOP ist zudem weiterhin am Salon de l'Agriculture sowie am Markt der AOC, AOP und IGP in Bourgen-Bresse und an der Messe in Lyon präsent.

Die Beneluxländer sind nach wie vor ein ausgezeichneter Markt für den Gruyère AOP. Die Absatzmenge ist hier in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Der Gruyère AOP findet bei den verschiedenen Einzelhändlern in Belgien und den Niederlanden sehr guten Absatz. Die in Zusammenarbeit mit der SCM-Zweigstelle durchgeführte Werbeaktion wird sowohl die Präsenz bei den Grossverteilern als auch in den Fachgeschäften unterstützen. Dazu dürfte auch die massgebliche Teilnahme am Fest der belgischen Käsehändler beitragen.

Wie in den vorangehenden Jahren stagnierte der Verkauf in Italien und Spanien trotz gezielter Aktivitäten in den grossen Städten. Gemeinsam mit SCM sind Überlegungen über die verkaufsfördernde Strategie in diesen beiden Ländern anzustellen.

In Grossbritannien entwickeln sich die Verkaufsmengen weiterhin erfreulich. Die von Gruyère AOP vor Ort durchgeführten Verkaufsförderungsaktivitäten zahlen sich immer noch aus. Der Gruyère AOP nimmt an mehreren Veranstaltungen teil, im Rahmen welcher Auszeichnungen erhalten und sein Bekanntheitsgrad weiter gesteigert werden können.

Die Sortenorganisation Gruyère hat ihre durch das Programm vom Bund unterstützten Marketingmassnahmen auf verschiedene sogenannte «neue Märkte» ausgedehnt. Wie

bereits weiter vorne in diesem Bericht erwähnt, liegt einer der Schwerpunkte dieses Programms auf den nordischen Ländern, um die Verkaufsmengen in Schweden, Norwegen, Finnland oder auch Dänemark zu steigern. Zu diesem Zweck wurden Hand in Hand mit den verschiedenen Akteuren im Absatzbereich und in Koordination mit SCM Degustationen und andere Promotionsmassnahmen am Verkaufspunkt durchgeführt.

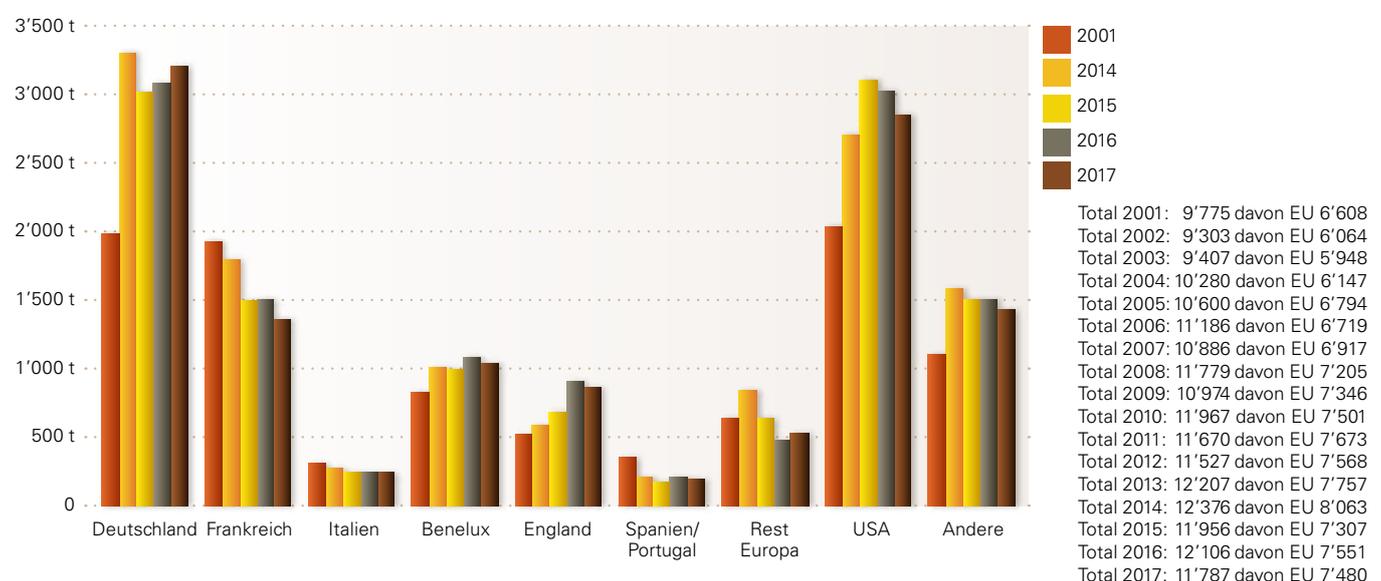
Mit dem gleichen Programm werden auch die Aktionen in Russland unterstützt, wo beispielsweise immer noch logistische Schwierigkeiten oder technische Hindernisse feststellbar sind. Der Gruyère AOP ist auch in den asiatischen Ländern wie Japan, Südkorea, China oder in noch entlegeneren Regionen der südlichen Hemisphäre wie Australien präsent. Um den Absatz in Zukunft anzukurbeln, ist es wichtig, dass die Branche auf dem jeweiligen Markt dieser Länder stärker Fuss fasst.

Eines der wichtigsten Länder sind mit 10 % Anteil am Verkaufsvolumen die USA. Auch hier wurde sowohl an der Verkaufsförderung als auch im Rahmen verschiedener Veranstaltungen und Bildungsprogramme intensive Marketingarbeit geleistet, um die Bekanntheit des Produkts zu steigern. Dazu werden Partnerschaften mit Schweiz Tourismus, SWISS oder weiteren Akteuren des Marktes unterhalten. Diesbezüglich gilt es, zwei wichtige Auftritte an internationalen Fachmessen hervorzuheben: jenen auf der Fancy Food Show vom Januar in San Francisco und jenen auf der Fancy Food Show vom Juni in New York. Trotz einiger Hindernisse in Verbindung mit den Exportquoten bleibt auch Kanada für den Gruyère AOP ein Markt mit hohem Absatzpotenzial, weshalb dort eine Reihe verkaufsfördernder Projekte realisiert werden.

Innerhalb eines lokalen Vorhabens von allerdings internationaler Tragweite leistet der Gruyère AOP Grundlagenarbeit im Rahmen einer bestehenden Zusammenarbeit mit zwei



Vergleich der jährlichen Exporte in Tonnen





Projekt für die neue Maison du Gruyère

weiteren Waadtländer AOP-Käsesorten, dem Vacherin Mont d'Or AOP und dem L'Etivaz AOP, sowie dem Weinlabel Terravin. Im Rahmen dieses Projekts und angesichts der hohen

VAUD

Vaud Terroirs

Dichte an Hotelfachschulen mit Sitz im Kanton Waadt werden in diesen Institutionen Schulungsprogramme durchgeführt, um den Studierenden die verschiedenen Spezialitäten und deren Anwendungspotenzial näher zu bringen. Dabei handelt es sich um ein langfristig angelegtes Projekt, das mit Sicherheit in einigen Jahren Früchte tragen wird, wenn die zahlreichen Studierenden dieser Fachschulen ihre Stelle in den verschiedenen Hotels oder Restaurants rund um die Welt antreten werden.

Eines der wichtigsten Aushängeschilder des Gruyère AOP ist natürlich die Maison du Gruyère, wo sich nicht nur der Sitz der Sortenorganisation, sondern insbesondere die Schaukäserei befindet, in der die Herstellung des Gruyère verfolgt werden kann und die rund 600'000 Besucher pro Jahr anzieht. Die Sortenorganisation wirkt aktiv am Umbauprojekt mit. Die Realisierung der neuen Maison du Gruyère ist für den Zeitraum 2022–2025 geplant.

Ende Jahr nahm der Gruyère AOP auch an der zweiten Ausgabe der Fondue-Weltmeisterschaft in Tartegnin teil. Die ausgezeichnet verlaufenen Wett-

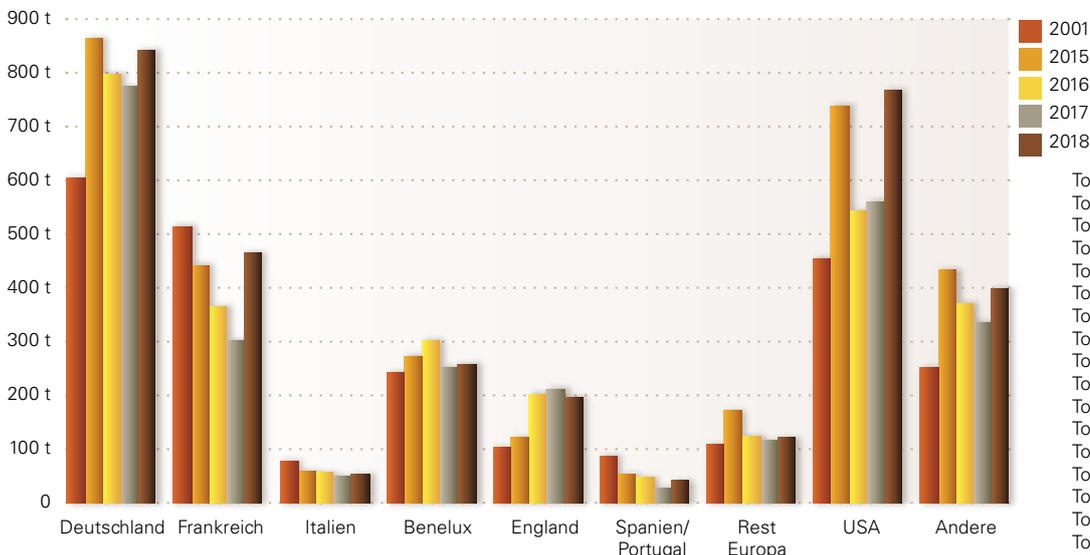
kämpfe boten eine gute Gelegenheit, um daran zu erinnern, dass für ein gutes Fondue die Käsemischung mindestens zur Hälfte aus Gruyère AOP bestehen muss.

All diese Marketingaktivitäten können auf der Website www.gruyere.com eingesehen werden, die in Deutsch, Französisch, Italienisch, 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 Präsenz in den neuen Medien über Instagram, Facebook und Pinterest ist ebenfalls gewährleistet. Diese sozialen Medien dürften in Zukunft intensiver genutzt werden.

Schliesslich wird es auch wichtig sein, den Ruf der Marke Le Gruyère AOP sowohl in der Schweiz als auch weltweit zu konsolidieren sowie natürlich ideale Möglichkeiten der Zusammenarbeit in enger Abstimmung zwischen dem Gruyère AOP und den Vertriebsstrukturen zu finden. Die Sortenorganisation Gruyère beabsichtigt, die verkaufsfördernden Massnahmen mit Hilfe der vom Bund zugesicherten Mittel fortzuführen. Die so geschaffenen Voraussetzungen müssen aber unbedingt attraktive Werbung, ohne Behinderung durch allzu grosse administrative Hürden, ermöglichen, damit die Stellung des Schweizer Käses auf nationaler und internationaler Ebene effizient verteidigt werden kann.



Vergleich der Exporte in Tonnen (Januar – März)



Total 2001: 2'461 davon EU 1'752
 Total 2002: 2'421 davon EU 1'563
 Total 2003: 2'401 davon EU 1'524
 Total 2004: 2'588 davon EU 1'492
 Total 2005: 2'409 davon EU 1'693
 Total 2006: 2'602 davon EU 1'734
 Total 2007: 2'497 davon EU 1'742
 Total 2008: 3'024 davon EU 1'816
 Total 2009: 2'367 davon EU 1'813
 Total 2010: 3'066 davon EU 1'906
 Total 2011: 2'814 davon EU 1'849
 Total 2012: 2'796 davon EU 1'881
 Total 2013: 3'293 davon EU 2'020
 Total 2014: 2'979 davon EU 1'915
 Total 2015: 3'170 davon EU 1'998
 Total 2016: 2'820 davon EU 1'906
 Total 2017: 2'645 davon EU 1'745
 Total 2018: 3'163 davon EU 1'994



Veranstaltungen 2017

Januar bis März 2017

Giant X'tour (d)

12. bis 15. Januar 2017

Swiss Expo, Lausanne

21. bis 24. Januar 2017

Winter Fancy Food Show und Cheesemonger Invitational, San Francisco

25. Februar bis 5. März 2017

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

11. und 12. März 2017

AOC-, AOP- und IGP-Markt in Bourg-en-Bresse, Frankreich

17. bis 27. März 2017

Messe in Lyon

5. bis 9. April 2017

Zermatt Unplugged

28. April bis 7. Mai 2017

BEA, Bern

28. April bis 7. Mai 2017

LUGA, Luzern

Mai bis September 2017

Regionalfinale Mille Gruyère (b)

12. bis 21. Mai 2017

Muba, Basel

3. und 4. Juni 2017

Tage des Offenen Weinkellers im Kanton Waadt

23. bis 25. Juni 2017

Leichtathletik-Team-Europameisterschaft, Lille, Frankreich

24. bis 27. Juni 2017

Summer Fancy Food Show und Cheesemonger Invitational, New York

6. Juli 2017

Athletissima, Lausanne (c)

9. Juli 2017

slowUp, La Gruyère

13. bis 16. Juli 2017

U23-Leichtathletik-Europameisterschaften, Bydgoszcz, Polen

18. bis 23. Juli 2017

Paléo Festival, Nyon (g)

20. bis 23. Juli 2017

U20-Leichtathletik-Junioreuropameisterschaften, Grosseto, Italien

5. bis 12. August 2017

FIFAD, Festival International du Film Alpin, Les Diablerets

11. bis 13. August 2017

Swiss Food Festival, Zermatt

22. bis 24. August 2017

Weltklasse, Zürich (k)

8. bis 10. September 2017

Gordon Bennet, Epagny

15. und 16. September 2017

OpenBike, Haute Gruyère

15. bis 18. September 2017

Käsefestival, Bra, Italien

29. September bis 8. Oktober 2017

Züspa, Zürich

29. September bis 8. Oktober 2017

Foire du Valais, Martigny

12. bis 22. Oktober 2017

OLMA, St. Gallen

10. bis 12. November 2017

Slow Food Market, Zürich

10. bis 19. November 2017

LES AUTOMNALES, Genf (j)



c



d



e



f



g



h



i



j



k



l

17. bis 19. November 2017

World Cheese Awards, London, England

17. bis 25. November 2017

Le Gruyère European Curling Championship, St. Gallen, Schweiz (e)

18. November 2017

Fondue-Weltmeisterschaft, Tartegnin (l)

22. bis 26. November 2017

Festival des Rencontres de l'Aventure, Bulle

29. Novembre bis 3. Dezember 2017

Messe Goûts et Terroirs, Bulle

November 2017 bis März 2018

Kids Nordic Tour, Romandie (h)

November 2017 bis März 2018

Langlauf-Weltcup (a)

1. und 2. Dezember 2017

Les Pintes Ouvertes im Kanton Waadt

10. Dezember 2017

Crosslauf-Europameisterschaften (Leichtathletik), Šamorín, Slowakei

Wintersaison

Fribourg-Gottéron (f)

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

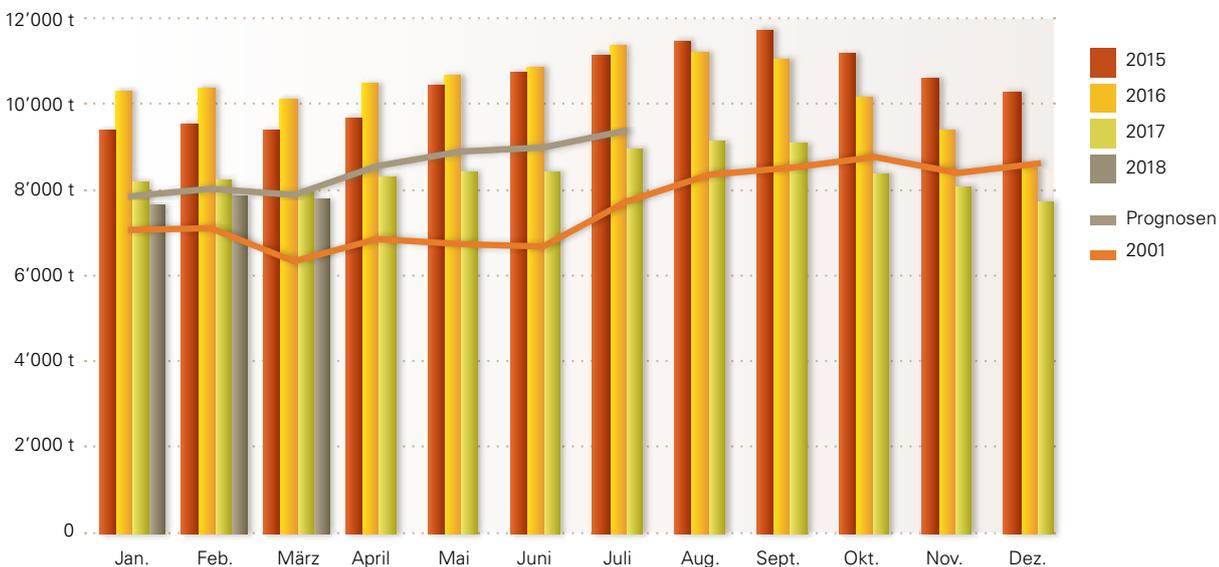
Unter der Führung ihres Präsidenten, Oswald Kessler, blieb die Sortenorganisation Gruyère 2017 auf Kurs, um eine Produktion zu erreichen, die allen Erwartungen gerecht wird.

Der Vorstand traf sich zwölfmal, unter anderem zu einem zweitägigen Seminar in Magglingen, wo die Richtlinien bestätigt wurden. Ausserdem genossen die Teilnehmenden die Gesellschaft von Jean-Pierre Egger, dem ehemaligen Trainer von Valérie Adams und Werner Günthör sowie dem Alinghi-Team. Jean-Pierre Egger vermochte dem Seminar mit einer Kombination von sportlichem und intellektuellem Geist emotionale Kraft einzuhauchen. Die Vision der Sortenorganisation Gruyère basiert auf einem strikten Management und auf lückenlos rückverfolgbaren Mengen

bei gleichzeitiger Wahrung des Preisniveaus. Die Marke Le Gruyère AOP Switzerland muss richtungsweisend sein und klar hervorgehoben werden.

Der Vorstand behandelte die laufenden Geschäfte im Zusammenhang mit dem Markt, dem Schutz der Marke, der Forschung sowie der Anwendung des Pflichtenhefts. So wurde beschlossen, die Produktion auf 98 % zu erhöhen, was an der Extra-Muros-Sitzung in Faverges zur Feier des 25-jährigen Bestehens der Gruyère-Charta, die den Grundstein der Ursprungsbezeichnung (AOP) bildet, für entspannte Atmosphäre sorgte. Zum Jahresende hat der Vorstand zudem ein Dokument mit dem Titel «Cockpit» verabschiedet, mittels dem die Marktentwicklungen in Bezug auf die Produktion und somit die Veränderung der Lagerbestände

Vergleich der Entwicklung der Vorräte (Ende März 2018) in Tonnen





besser eingeschätzt werden können. Diese Indikatoren sind für eine kurz- und mittelfristig optimale Mengensteuerung unverzichtbar.

Der Vorstand hielt seine Jahresendsitzung im Saal der Winzerbruderschaft (Confrérie des Vignerons) in Vevey ab, um seiner Verbundenheit mit dem Winzerfest, bei dem Gruyère AOP 2019 Partner sein wird, Ausdruck zu verleihen. Anlässlich dieser Sitzung unterstrich der Vorstand die wichtige Rolle des Menschen auf jeder Stufe der Produktion und insbesondere beim Melken. Der Vorstand sprach sich für ein Melksystem ohne automatisches Ansetzen am Hof Grangeneuve in Posieux aus.

Das Bureau hat sich viermal versammelt, um die Aktivitäten des Vorstands zu koordinieren und die Lohnpolitik für das Personal zu definieren. Das Bureau hat somit seine Leitlinie in Anlehnung an die 2016 erstellte Analyse bekanntgegeben. Die Schlussfolgerungen und insbesondere die durchzuführenden Massnahmen sind im Kapitel Ausblick auf das Jahr 2018 festgehalten.

Die Delegiertenversammlung kam zweimal zusammen, einmal für die Jahresrechnung und den Jahresbericht und einmal für das Budget. Im Rahmen der zweiten Sitzung konnte die geplante Produktionsmenge für das kommende Jahr festgelegt werden. Diese beläuft sich für 2018 auf 100 %.

Die Frühjahrs-Delegiertenversammlung fand zur gebührenden Feier des 20-jährigen Bestehens der Sortenorganisation Gruyère bei Sonnenschein im historischen Schloss Greyerz statt. Ein ausführlicher Bericht zu diesem Anlass ist in der Ausgabe Nr. 42 des L'Oiseau zu finden. Nebst einem Wiedersehen mit den Pionieren der ersten Stunde der Sortenorganisation Gruyère bot die Versammlung auch einen würdigen Rahmen für die Danksagung an Jean-Louis Andrey, Gründungsmitglied als Präsident der Freiburger Käser, aber vor allem engagierter Taxationsexperte und Hüter der Qualität des Gruyère AOP seit dessen Bestehen. Jean-Louis Andrey ist in den wohlverdienten Ruhestand getreten und wird die Entwicklung der Qualität des Gruyère AOP, die über die Jahre hinweg nicht nachgelassen hat, weiterverfolgen.

Die Alpkommission versammelte sich insgesamt viermal. Diese befasst sich mit Themen, welche die Spezialität

Gruyère d'Alpage AOP betreffen. 2017 wurden mehrere wichtige Anpassungen beschlossen, welche die Festlegung eines Richtpreises für die Alpbetriebe im Jura und in den Voralpen ermöglichten. Ausserdem wurde der Beitrag an die Sortenorganisation Gruyère ab Beginn der Produktion 2019 erhöht. Es wurden mehrere Mengenerhöhungen bewilligt, dies natürlich je nach Qualität und Futterpotenzial der entsprechenden Alp sowie nach Massgabe der Vermarktungsaussichten. Zu Saisonbeginn nahm der Vorstand ferner zur Kenntnis, dass ein Alpbetrieb von der Produktion von Gruyère AOP zur Produktion von Gruyère d'Alpage AOP übergegangen ist; dies unter Einhaltung aller Bestimmungen des Pflichtenhefts, insbesondere dem Pressen mit Tüchern.

Die Biokommission traf sich zu zwei Sitzungen, um sich mit der Menge und Qualität der Produktion von Gruyère AOP Bio zu befassen. Die Qualität in diesem Produktionssegment entspricht heute den Erwartungen. Angesichts der beobachteten Absatzzunahme dürfte die diesem Marktsegment zugeteilte Menge von 1'100 Tonnen abgesetzt werden. Es finden Gespräche mit Bio Suisse und innerhalb des Vorstands bezüglich der Erschliessung neuer Märkte und der Positionierung des Gruyère AOP Bio statt mit dem Ziel, ihn in den Regalen im In- und Ausland zu platzieren. Diesbezüglich ist festzuhalten, dass der französische Markt gewisse Entwicklungsmöglichkeiten für das Bio-Segment erkennen lässt.

Die Marketingkommission fand sich zu vier Sitzungen ein. Sie definierte die Marketingaspekte für 2017 auf nationaler und internationaler Ebene im Hinblick auf die Entwicklungsmöglichkeiten in den neuen Märkten. Aufgrund der Ergebnisse des Prüfberichts dürften sich bei der Marketingkommission Veränderungen ergeben. Das wird auch einen Einfluss auf die gesamte Marketingabteilung und die Aktivitäten der Sortenorganisation Gruyère haben.

Die Planungskommission versammelte sich zweimal. Sie nahm sich dem Thema Mengenmanagement an, wobei sie insbesondere über mehrere Gesuche bezüglich der Problematik der Produktionsbeschränkung auf 93 % bzw. 98 % zu entscheiden hatte. Es gab keine Einsprachen gegen die Beschlüsse der Kommission.

Die Qualitätskommission traf sich zweimal zur Behandlung der ihr zugewiesenen Themen. Die Kommission befasst sich

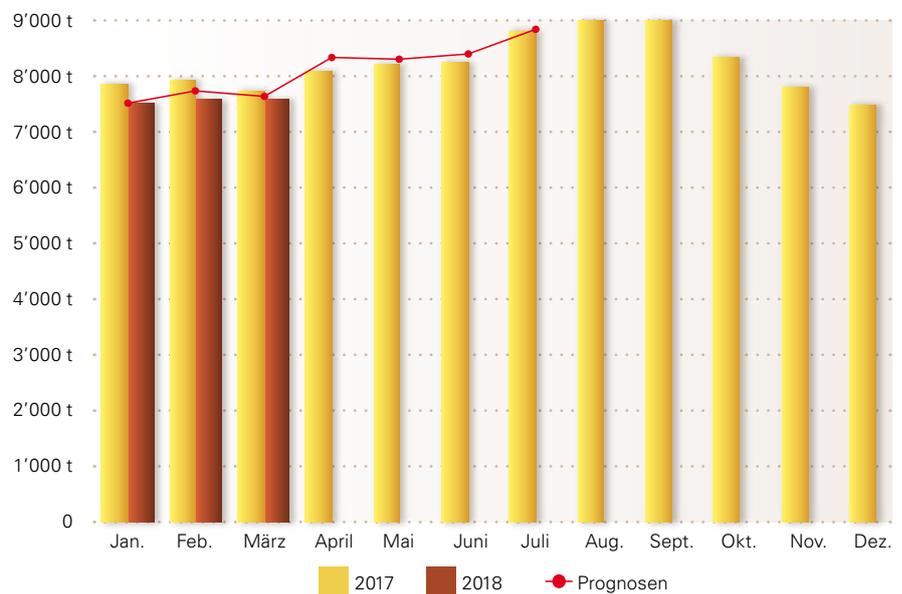


mit der Entwicklung der Qualität des Gruyère, die insgesamt gut ist. Es gilt indessen darauf zu achten, dass der handwerkliche Charakter des Produktionsprozesses erhalten bleibt, der für den unvergleichlichen Geschmack des Produkts zentral ist. Eine Arbeitsgruppe Zertifizierung wurde eingesetzt, um sicherzustellen, dass sich die für die Käseherstellung geltenden Hygienestandards nicht nachteilig auf den Gruyère AOP selbst auswirken. Diese Kommission hielt eine Sitzung ab. Ferner traf sich eine aus der Qualitätskommission heraus gebildete Ad-hoc-Kommission mit dem Ziel, die Qualitätsprobleme einer Käserei zu lösen. Alle Branchenpartner können auf diese Möglichkeit zurückgreifen, um den besten Weg zur Gewährleistung einer noch besseren Qualität gegenüber dem Kunden zu finden. Zur Unterstützung der Forschung wurde eine Sondersitzung organisiert, die sich mit dem Thema der Kulturen befasste. Daraus ging hervor, dass die Verwendung von Betriebskulturen bei Gruyère AOP die Regel ist.

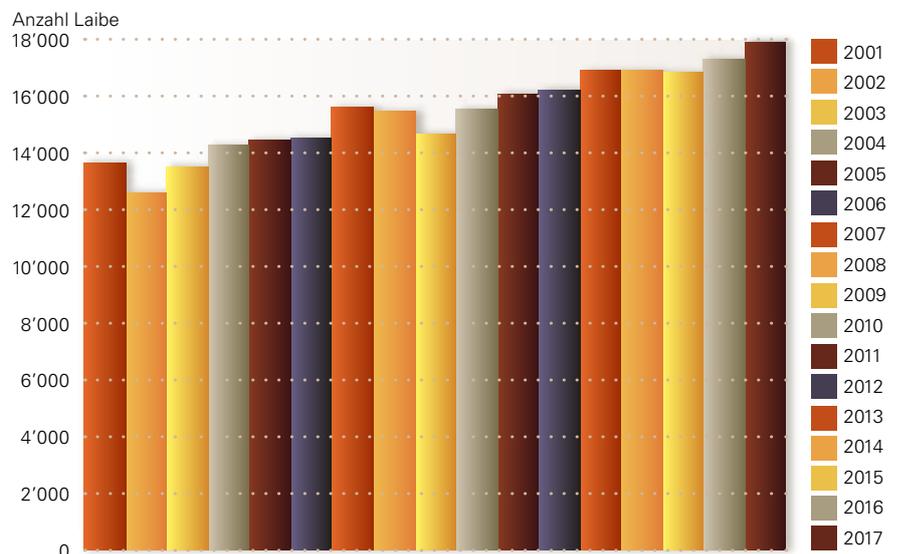
Die Geschäftsstelle wird nach wie vor von Direktor Philippe Bardet und Vize-direktor Marc Gendre geleitet. Marc Gendre koordiniert den Qualitätsbereich mit Thierry Bize und Christophe Magne. Mitte Jahr ist Jean-Louis Andrey, der noch ein 60 %-Pensum besass, in den wohlverdienten Ruhestand getreten. Die Marketingabteilung unter der Leitung des Direktors setzt sich aus Laure Rousseau, Marie L'Homme und Philippe Gremaud zusammen. Diese Abteilung muss verstärkt werden, damit die notwendigen Massnahmen zur Verkaufsförderung des Gruyère AOP gewährleistet werden können. Meinrad Gaillard kümmert sich in einem 20 %-Pensum um das Werbematerial der Sortenorganisation Gruyère. Das Sekretariat wird von Christine Grandjean und Julie Sudan betreut, die beide in einem Pensum von 80 % arbeiten. Für die Buchhaltung sind Magali Vuichard und Sandy Uldry in einem Arbeitspensum von je 50 % zuständig. Das kleine engagierte

Team wird seine Arbeit im Bereich der Absatzförderung und zum Schutz des Gruyère AOP im Jahr 2018 fortsetzen.

Vergleich der Entwicklung der Vorräte ohne Alpbewirtschaftung (Ende März 2018) in Tonnen



Vergleich der Alpproduktion (Kaseinmarke)





Vorstand in Zusammensetzung gemäss 1. April 2018

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* ² Jean-Charles Michaud Gérald Roux* ¹ Ralph Perroud ³	Fromco SA, Moudon Margot Fromages SA, Yverdon Mifroma SA, Ursy Fromage Gruyère SA, Bulle Fromage Gruyère SA, Bulle
Gäste	Jean-Pierre Huguenin Olivier Isler Daniel Koller Roland Sahli ⁴	Avocat, Boudry Fromarte, Bern SMP, Bern Gourmino AG, Lenzburg

Vizepräsident

* Mitglied des Bureaus - *¹ Bis 31. März 2018 - *² Seit 1. April 2018

³ Ersetzt Gérald Roux ab 19. Juni 2018

⁴ Koordinator der Affineure



Ausblick auf das Jahr 2018

Im Jahr 2018 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. -> Seit Oktober 2017 ist ein Cockpit für die Lagerbewirtschaftung und das Produktionsmanagement im Einsatz. Die Alarmschwellenwerte werden ständig überwacht.
- 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). -> Die Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften HAFL in Zollikofen wurde mit einem entsprechenden Mandat betraut.
- Einführung eines Monitorings der Entwicklung der Produktions- und Anlagentechniken im Zusammenhang mit der Qualität des Gruyère AOP. -> Eine Zusammenarbeit mit Agroscope, Arqha und CASEI wird initiiert.

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. -> Die Gruppe der Milchproduzenten von Gruyère AOP hat einen externen Konsulenten mit einem Mandat zur Ausarbeitung der Betriebsentwicklung unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit beauftragt.
- 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. -> Die Gruppe der Affineure von Gruyère AOP entwickelt eine Marketingstrategie in Koordination mit den verschiedenen involvierten Akteuren. Diese Strategie basiert auf den jeweils aktuellen Versionen des Leitfadens der guten Herstellungspraktiken sowie des Pflichtenhefts.
- 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 Risikoanalyse systems für die Sortenorganisation Gruyère (Riskmanagement).
- Förderung der Identifikation der Mitglieder mit der Branche, der sie angehören. -> Jedes Branchenmitglied bringt im Rahmen seiner Aktivitäten die Marke Le Gruyère AOP Switzerland zur Geltung.

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 dieses edlen Käses beitragen.

Zusammenfassung der Aufteilung des gesamten Produktionspotentials des Gruyère AOP nach Käserei und Kanton für das Jahr 2018 (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	14'888'781	51.74	84	336'655	30.21	4	15'225'436	50.93	193'111	34.84	31	15'418'547	50.64	115
VD	8'096'680	28.13	39	316'970	28.44	3*	8'413'650	28.15	339'402	61.22	21	8'753'052	28.75	61
NE	2'853'725	9.92	15	97'200	8.72	1	2'950'925	9.87				2'950'925	9.69	15
JU	693'974	2.41	3	148'746	13.35	1	842'720	2.82				842'720	2.77	3
JUBE + Abs. 1	860'979	2.99	6	96'624	8.67	1	957'603	3.20	21'839	3.94	3	979'442	3.22	9
BE	909'636	3.16	8	118'363	10.62	1	1'027'999	3.44				1'027'999	3.38	8
Andere Kantone	474'519	1.65	6				474'519	1.59				474'519	1.56	6
Total	28'778'294	100.00	161	1'114'558	100.00	11*	29'892'852	100.00	554'352	100.00	55	30'447'204	100.00	217

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