# EGRUYERE SWITZERLAND SWITZERLA



Jahresbericht 2019

Interprofession du Gruyère



#### **INHALT**

- 03 BOTSCHAFT DES PRÄSIDENTEN
- **04** ALLGEMEINE LAGE
- **06** MENGENMANAGEMENT
- **07** MARKTENTWICKLUNG
- 08 AOP-DOSSIER UND VERTEIDIGUNG DER MARKE AUF INTERNATIONALER EBENE
- 09 QUALITÄT DES GRUYÈRE AOP
- 11 AUSZEICHNUNG FÜR DEN GRUYÈRE AOP AN NATIONALEN UND INTERNATIONALEN WETTBEWERBEN
- 15 VERLEIHUNG VON AUSZEICHNUNGEN DER SORTENORGANISATION GRUYÈRE
- **18** MARKETING
- 24 VERANSTALTUNGEN 2019
- 26 ORGANE DER SORTENORGANISATION GRUYÈRE
- 29 VORSTAND DER SORTENORGANISATION GRUYÈRE
- 30 PERSPEKTIVEN 2020

#### Titelbilder

Martial Rod und Didier Bovet, Goldmedaillengewinner, Verleihung von Auszeichnungen der Sortenorganisation Gruyère
© Dany Schaer

#### www.gruyere.com

#### **GRAFIKEN**

- O4 AUFTEILUNG DES VERKAUFS VON GRUYÈRE AOP IM JAHRE 2019
- 05 MONATLICHER VERKAUF 2019 IN DER SCHWEIZ UND EXPORT
- **06** GESAMTPRODUKTION 2000-2019
- 07 VERGLEICH DES VERKAUFS
- 10 QUALITÄTSVERGLEICH NACH KALENDERJAHR
- 18 VERGLEICH DER PRODUKTION (KASEINMARKEN)
- **19** ABSATZ 2018-2019
- 20 VERGLEICH DER JÄHRLICHEN EXPORTE VON GRUYÈRE AOP
- 21 VERGLEICH DER EXPORTE (JANUAR MÄRZ)
- 26 VERGLEICH DER ENTWICKLUNG DER VORRÄTE (ENDE MÄRZ 2020)
- 28 VERGLEICH DER ENTWICKLUNG DER VORRÄTE OHNE ALPBEWIRTSCHAFTUNG (ENDE MÄRZ 2020)
- 28 VERGLEICH DER ALPPRODUKTION (KASEINMARKE)
- 30 ZUSAMMENFASSUNG DER AUFTEILLUNG DES GESAMTEN PRODUKTIONSPOTENTIALS DES GRUYÈRE AOP NACH KÄSEREI UND KANTON FÜR DAS JAHR 2020



# Botschaft des Präsidenten

Wie sie in diesem OISEAU lesen können war 2019 ein erfolgreiches Jahr.

Der Jahresbericht ist jedoch immer ein Blick in den Rückspiegel. Mit den effektiven Zahlen und Fakten des vergangenen Jahres, können, müssen wir die Bilanz ziehen und uns permanent die Fragen stellen:

- Was können wir besser machen?
- Was wird sich verändern?
- Was macht die Konkurrenz?
- Sind wir Markt-Kundengerecht orientiert?

Während ich diese Zeilen schreibe habe ich viel Zeit, sehr viel Zeit, weil ich wie viele meiner Generation dank Covid-19 seit einem Monat zu Hause bleiben muss.

Fragen stelle ich mir auch in meiner persönlichen Bilanz nach neun Jahren als Präsident der Interprofession du Gruyère.

- Wird meine Botschaft verstanden?
- Ist meine Zukunftsvision Nachhaltig?
- Ist meine Markt-Konsumenten Orientierung richtig?
- Wie funktionieren andere Sortenorganisationen?
- Wird mein Führungsstil akzeptiert?

In meiner ersten Botschaft 2012 habe ich geschrieben: Die beste Art sich vor bösen Überraschungen zu schützen, ist es, stets Überraschungen zu erwarten.

Die böse Covid-19 Überraschung hat niemand erwartet. Diese trifft die gesamte globale Wirtschaft. Die Konsequenzen auf die Lieferketten und die Exportmärkte kennen wir noch nicht.

Wie wir aus der Geschichte lernen können, hat unsere Schweiz und unser Gruyère AOP seit 1115, viele dramatische Zeiten überlebt. Angst ist ein schlechter Ratgeber!

Ich bin zuversichtlich, weil unser Gruyère AOP:

- Ein einzigartiges Produkt ist
- Eine starke Marke ist
- Stark im Heimmarkt ist
- In den Exportmärkten etabliert ist
- Wir ein eigenständige funktionierende Organisation sind

Auch diese Kriese wird uns stärken wenn wir zusam-

menhalten. Von jedem unserer 2250 Mitgliedern, Milchproduzent, Käser, Afineur, erwarte ich, dass er mit Überzeugung gemeinsam am Strick "Gruyère AOP" zieht. Wohlgemeint alle in die gleiche Richtung!

Anlässlich seiner letzten Delegiertenversammlung am 6. Juni 2011, hat mein Vorgänger und Ehrenpräsident Pierre Dubois seine Abschiedsrede mit dem folgenden Satz abgeschlossen:

Zum Schluss möchte ich mich einer historischen Aussage aus dem Mund des damaligen amerikanischen Präsidenten John Fitzgerald Kennedy anlässlich seines Besuchs in Westberlin bedienen: "Ich bin ein Berliner!" Und verabschiede mich in meinem Fall mit: "Ich bin ein Gruyère AOC"

Nehmen wir Pierre Dubois zu unserem Vorbild **Ich bin ein Gruyère AOP Switzerland** 

Oswald Kessler Präsident der IPG





# Allgemeine Lage

Zum Zeitpunkt der Abfassung des Jahresberichts 2019 lässt sich die Situation Ende März im Zusammenhang mit der Covid-19-Pandemie kaum ignorieren. Während die Signale bezüglich der Absatzaussichten sowohl in der Schweiz als auch im Ausland auf Grün standen, wurde die Weltwirtschaft innerhalb eines Monats durch dieses Virus ausgebremst. Es ist jedoch notwendig, und das ist jedem Jahresbericht eigen, auf das vergangene Jahr zurückzublicken. Dies mit Blick auf die Maxime, die heute besonders brisant ist: «Nichts währt ewig.»

Mit Bezug auf den Beginn des Jahres 2019, der angesichts der aktuellen Ereignisse in weiter Ferne zu liegen scheint, hatten die Organe der Sortenorganisation die Grundsätze

der Mengenentwicklung auf der Grundlage der eröffneten neuen Käsereien und der Zulagen, die der Wertschöpfungskette zugestanden wurden, umgesetzt. Die Basismenge jeder Käserei wurde linear um 1 % erhöht. Darüber hinaus wurde die alte Warteliste definitiv geschlossen, indem pro Dossier ein Äquivalent von 5000 kg Gruyère AOP-Milch zugeteilt wurde. Am Ende erhielt die neue Käserei in Ropraz die der Käsereigenossenschaft Vulliens zugeteilte Milchmenge. Infolgedessen wurden 2019 etwas mehr als 31'000 Tonnen Gruyère AOP und Gruyère d'Alpage AOP produziert.

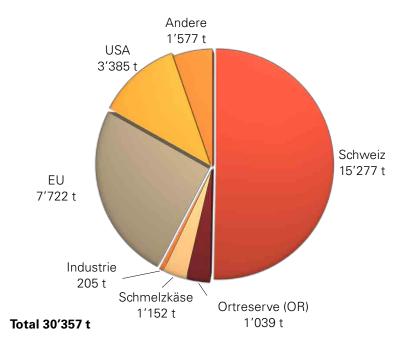
Diese kontinuierliche Zunahme zeigt das Interesse der Konsumenten an diesem edlen Käse. Ausserdem erfolgte dieses Wachstum nie auf Kosten des Preises, ganz im Gegenteil. Der während des ganzen Jahres beobachtete ausgezeichnete Konsum hat es ermöglicht, die Lager auf einem sehr niedrigen Niveau zu halten. So wurde erstmals seit 2013 aufgrund

der in den vergangenen sechs Jahren bei allen Unternehmen gestiegenen Kosten beschlossen, die Preise per Anfang 2020 generell anzuheben.

Diese gute Situation ist auf den anhaltenden Konsum sowohl in der Schweiz als auch im Ausland zurückzuführen. Auch wenn die Gesamtverkaufszahlen ausserhalb des Landes leicht rückläufig sind, so ist dies hauptsächlich auf einen leichten Rückgang in den beiden Hauptexportländern Deutschland und USA zurückzuführen. Es gilt jedoch zu beachten, dass die Exportzahlen 2019 die zweithöchsten sind, seit Gruyère AOP exportiert wird.

Dank seines guten Images und seiner ausgezeichneten Qualität, welche die professionelle Arbeit der gesamten Wertschöpfungskette widerspiegelt, ist der Gruyère AOP

# Aufteilung des Verkaufs von Gruyère AOP im Jahre 2019 in Tonnen



\_\_\_\_\_



einer der beliebtesten Käse. Dies zeigen auch die konstanten Ergebnisse bei internationalen Wettbewerben. Beim World Cheese Award Anfang 2020 belegte der Käse der Familie Spycher aus Fritzenhaus nämlich den ersten Rang.

Diese internationale Anerkennung ist unter anderem auf das Qualitätsförderungssystem zurückzuführen, das seit der Anerkennung der AOP auf einer systematischen monatlichen Taxierung aller Käsereien basiert. Diese Massnahmen wurden ursprünglich von der Schweizerischen Käseunion (SKU) initiiert. Auf dieser Grundlage war es möglich, an einem schönen Abend im Oktober im Ausbildungszentrum Grangeneuve Medaillen für die besten Taxationsergebnisse über fünf Jahre zu übergeben. Die Gesamtdurchschnitte für dieses alle fünf Jahre stattfindende Ereignis steigen. Anerkennung zollen wir der Käserei Corcelles-le-Jorat unter der Verantwortung von Herrn Bovet mit einem Taxationsdurchschnitt von 19,87, aber auch der von Herrn Rod bewirtschafteten Alp La Moësettaz und der gesamten Wertschöpfungskette, die sich durch ihre Vielfalt auszeichnet. In der Tat anerkennen die verschiedenen nationalen und internationalen Gremien, ob sie sich nun aus Fachleuten oder Durchschnitts-Konsumenten zusammensetzen, die Hochwertigkeit des Gruyère AOP. Es ist daher eine grosse Ehre, dass dieser Käse in den Hauptkantonen des Gruyère AOP-Gebiets, d. h. Freiburg, Waadt und Neuenburg, als kulinarische Referenz anerkannt ist.

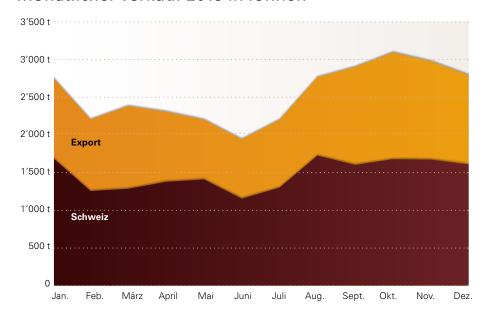
Ein solches Produkt und eine solche Spitzenqualitätslage wirken sich direkt auf die Bekanntheit aus. Das Marketing und die Verkaufsförderung können damit den Konsum in eine positive Richtung lenken. Le Gruyère AOP war an zahlreichen Veranstaltungen präsent und bei vielen Gelegenheiten sichtbar. Einzelheiten dazu sind im spezifischen Kapitel zum Marketing zu finden. Erwähnenswert ist ausserdem die Präsenz am Rande von Leichtathletikstadien, zum Beispiel an der Athletissima oder der Weltklasse, entlang der Loipen des Langlauf-Weltcups im In- und Ausland oder an den Gruyère European Curling Championships. Das Highlight im Sommer 2019 war die Teilnahme an der Fête des Vignerons in Vevey und Umgebung.

Die Ereignisse zu Beginn des Jahres 2020 beweisen, dass sich das Blatt schnell wenden kann. Auf einer langen Tradition beruhende Errungenschaften sind jedoch sicherlich ein Garant für die Zukunft. Es ist aber auch klar, dass schwierigere Situationen gewisse Überlegungen auslösen können. In diesem Sinne hat die Wertschöpfungskette im Herbst 2019 eine Studie zu ihrer Funktionsweise in Auftrag gegeben. 20 Jahre nach Gründung und Inkrafttreten der Sortenorganisation ging es darum, die Stärken und Probleme in Verbindung mit der geleisteten Arbeit aufzuzeigen. Am 1. Mai 1999 nämlich, als die Sortenorganisation ihre Tätigkeit nach Auflösung der Schweizerischen Käseunion aufnahm, glaubten alle, es sei ein Sprung ins Ungewisse, ja sogar in die

Leere. Zwei Jahrzehnte später haben die Mengen dank des Absatzes im Ausland und des Erhalts der Marktanteile im Inland zugenommen. Ausserdem erlaubt es der Schweizer Käsepreis, Monat für Monat einen der weltweit höchsten Milchpreise auszuzahlen und allen Akteuren der Wertschöpfungskette ein angemessenes Einkommen zu sichern. Erfreulich ist weiter, dass in die Keller der Händler, in Bauten und Renovationen der Käsereien und Höfe auf dem Land investiert

Aber wir dürfen uns nicht auf unseren Lorbeeren ausruhen. Wir müssen unternehmerisch handeln, damit die Nachfolger an der Spitze dieser Organisation im Jahr 2039 ähnlich Positives zu vermelden haben wie wir heute.

#### Monatlicher Verkauf 2019 in Tonnen





# Mengenmanagement

Seit dem Jahr 2015 basiert die strenge Methode der Mengensteuerung auf dem System 3/9. Dieses System wird laufend analysiert um festzustellen, ob gewisse Änderungen vorgenommen werden müssen. Gleichzeitig wurde ein detaillierteres Steuerungs- und Warnverfahren zur Marktbeobachtung eingeführt. Dieses Cockpit ermöglicht einen Echtzeit-Überblick über die Entwicklung der Lager, die Produktion, die effektiven Verkäufe und insbesondere die mittelfristigen Marktperspektiven. Auf dieser Grundlage ist es möglich, eine präzisere Beurteilung der zu produzierenden Mengen vorzunehmen.

Die Märkte des traditionellen Gruyère, des Gruyère AOP Bio sowie des Gruyère d'Alpage AOP werden unterschiedlich, aber aus einer Perspektive der Gesamtproduktion bearbeitet.

Die im Jahr 2019 zugewiesene Menge wurde gemäss Planungsvorgaben beim traditionellen Gruyère AOP und beim Gruyère AOP Bio um 1 % erhöht. Bei allen Käsereien wurde die Produktionsmenge auf 101 % der Basismenge fixiert.

So wurden im vergangenen Jahr rund 30'500 Tonnen zugewiesen, davon 97 Tonnen mit Qualitätsverlusten. Von diesem Volumen wurden letztlich 30'200 Tonnen, d. h. 99% produziert. Wie vorgängig angekündigt, wurde einer neu-

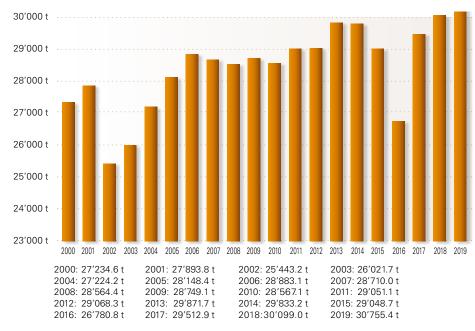
en Käserei eine neue Menge an Gruyère AOP auf der Grundlage des 2012 beschlossenen Prinzips zugewiesen.

Für den Gruyère d'Alpage AOP war es möglich, Standorten, bei denen es die qualitativen Bedingungen und das Verkäsungspotenzial der Alp zuliessen, eine temporäre, 3 %ige Erhöhung definitiv zu gewähren. So wurden 562 Tonnen bei einer effektiven Produktion von 533 Tonnen zugewiesen. Der Unterschied erklärt sich vor allem durch die Launen der Natur und des Klimas, die das Ausschöpfen des vollen Produktionspotenzials nicht zuliessen.

Die gute Lagersituation und die strenge Einhaltung der individuellen Mengen lassen auf ein Jahr 2020 schliessen, das auf den gleichen Grundlagen basiert. Le Gruyère AOP Bio bildet hingegen Gegenstand einer vertieften Analyse. Im Jahr 2019 fehlte es in diesem Marktsegment an Käsen. An verschiedenen Standorten fand eine Umfrage statt um zu schauen, ob mit den bestehenden oder neuen Produzenten Potenzial für eine Erhöhung besteht, und ob es in den traditionellen Gruyère-Käsereien möglich ist, ein Bio Kessi in Betrieb zu nehmen. Aufgrund der angestellten Überlegungen wurde Ende 2019 beschlossen, der bestehenden Käserei in Les Sagnettes für das Jahr 2020 zusätzlich rund 170 Tonnen zuzuweisen und ein neues Kessi in Betrieb zu nehmen. Ausserdem soll im Jahr 2022 eine neue Bioproduktion in Châtel-St-Denis aufgenommen werden. Damit nimmt die Produktion von Gruyère AOP Bio im Jahr 2020 von 1'143 Tonnen auf 1'300 Tonnen zu.

Im Rahmen der Überlegungen zum Gruyère AOP Bio und zum traditionellen Gruyère AOP sind sich die Organe der Sortenorganisation bewusst, dass es für die kommenden Jahre, ab 2022, eine weiterführende Studie braucht. Es geht darum, einen klaren Rahmen für das Entwicklungspotenzial der Mengen in den verschiedenen Regionen und in den verschieden Produktions- und Verwertungssegmenten des Gruyère AOP zu schaffen.

#### Gesamtproduktion 2000-2019 in Tonnen





# Marktentwicklung

Wie im Vorwort erwähnt, hat der Konsum von Gruyère AOP nach einem bereits erfolgreichen Jahr 2018 im Folgejahr mit 30'357 verkauften Tonnen einen neuen Rekord erreicht. Diese Zahl ist sowohl für die Schweiz als auch das Ausland ermutigend, selbst wenn die Verkäufe im Ausland im Jahr 2019 leicht unter Vorjahr lagen. Erfreulich ist, dass der Konsum das ganze Jahr über stabil war.

Von der Gesamtmenge werden über 16'300 Tonnen in den verschiedenen Läden der Schweiz verkauft. Dies sowohl bei den Grossverteilern als auch den Spezialgeschäften. Le Gruyère AOP bleibt auf nationaler Ebene der meist verkaufte Schweizer Käse, dies trotz steigender Importe und der Konkurrenzierung durch Käse des gleichen Typs, der in anderen Regionen des Landes hergestellt wird. Auch wenn der Gruyère AOP einen sehr hohen Bekanntheitsgrad geniesst, muss in der Schweiz weiterhin in das Marketing investiert werden, damit die Konsumenten von heute und morgen dem Gruyère AOP treu bleiben.

Wie im Kapitel Mengenmanagement erwähnt, nehmen die Verkaufsmengen an Gruyère AOP Bio zu und es war schwierig, der Nachfrage im Jahr 2019 gerecht zu werden. Aus diesem Grund wurden für das Jahr 2020 markante Produktionserhöhungen gewährt.

Die Auslandmärkte zeigen gegenüber 2018 einen leichten Rückgang, doch das Niveau bleibt hoch. Die USA belegen mit 3'385 Tonnen den Spitzenplatz, dicht gefolgt von Deutschland mit 3'160 Tonnen. Die anderen Länder wie

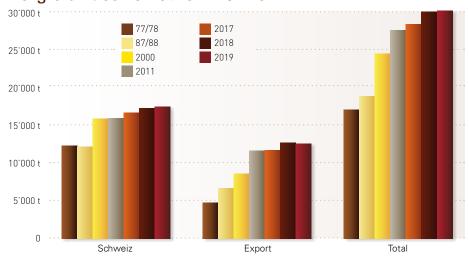
Frankreich, England und die Benelux-Staaten weisen trotz der Ungewissheit auf ihren eigenen Märkten erfreuliche Zahlen aus. Da nun der Brexit zur Tatsache geworden ist, geht es darum zu analysieren, wie sich die Mengen in England entwickeln werden. Es ist beruhigend festzustellen, dass die Schweiz bereits Abkommen für den künftigen Warenverkehr mit diesem Land abgeschlossen hat. Le Gruyère AOP konnte in neuen Ländern wie Skandinavien, im Besonderen in Schweden, Fuss fassen. Dort hat die Sortenorganisation Gruyère beschlossen, erhebliche Mittel in das Marketing, unter anderem für das Sponsoring des Langlaufs, Curlings und der Leichtathletik zu investieren.

Le Gruyère AOP muss weltweit gut vertreten bleiben. Aktuell verkauft er sich in 55 Ländern, was nötigenfalls ermöglicht, gewisse Verkaufsrückgänge im einen oder anderen Land durch positive Entwicklungen in anderen Ländern zu kompensieren. Zur weiteren Positionierung des Gruyère AOP ist es wichtig, dass die Marke und der Name «Gruyère» auf allen Kontinenten verteidigt werden. Dies ist eine der wichtigen Aufgaben der Sortenorganisation, die vom Bund unterstützt wird. Zudem ist es sehr wichtig, dass sämtliche Marketingaktivitäten sowie die Etikettierung an der Verkaufsfront klar unter der Marke *Le Gruyère AOP Switzerland* erfolgen. Unser Dank geht an dieser Stelle an die verschiedenen Akteure im Verkauf, die diese Marke richtig und im Interesse der gesamten Wertschöpfungskette einsetzen.

Wichtig ist es zudem, dass die verschiedenen gesund-

heitlichen Standards oder Transportbeschränkungen zu keiner Beeinträchtigung der Verkaufsmöglichkeiten des Gruyère AOP führen. Die Sortenorganisation zählt auf die Unterstützung der verschiedenen kantonalen und nationalen Stellen zur Erleichterung des Käseexports in die verschiedenen Länder Europas und der ganzen Welt. Dieser Punkt ist für eine gesunde Marktentwicklung des Gruyère AOP zentral. Dank dieser koordinierten Arbeit wird die Wertschöpfungskette ihr Wachstum fortsetzen können.

#### Vergleich des Verkaufs in Tonnen







# AOP-Dossier und Verteidigung der Marke auf internationaler Ebene

Die Verteidigung des Namens Gruyère auf nationaler und internationaler Ebene stellt eine wichtige ja vorrangige Aufgabe für die Wertschöpfungskette dar. Die Konsumentinnen und Konsumenten müssen jederzeit wissen, was sie unter der Bezeichnung Gruyère kaufen. Es geht um den Respekt der täglichen Arbeit der Produzenten, Käser und Affineure, die sich an die Richtlinien des von der Interkantonalen Zertifizierungsstelle OIC kontrollierten Pflichtenheftes halten. Dieses im Jahr 2001 gutgeheissene Dokument definiert klar die Rückverfolgbarkeit und damit die Identifizierung jedes einzelnen produzierten Käselaibes. Auf diese Weise weiss man genau, welche Laibe aus welcher Käserei stammen und ausserdem, welcher Produzent seine Milch für deren Herstellung geliefert hat. Dies ist für die gesamte Wertschöpfungskette von grossem Nutzen. Die Sortenorganisation Gruyère dankt allen Verpackungsstellen, die eine Identifizierung des Produkts erlauben.

Zur Stärkung des Vertrauens der Konsumentinnen und Konsumenten ist es wichtig, dass auch die öffentlichen Kontrollen diese wichtige Arbeit bestätigen. Die Sortenorganisation fordert eine bessere Koordination zwischen den kantonalen und eidgenössischen Kontrollorganen, den Zertifizierungsstellen und den verschiedenen Mitarbeitenden der Sortenorganisation. In diesem Sinne begrüsst sie die Annahme der von Géraldine Savary, Staatsrätin und Präsidentin der Schweizerischen Vereinigung AOC-IGP, eingereichten Motion. Dieser Antrag wird es ermöglichen, Kontrollbeauftragte in Form von vereidigten und von den Sortenorganisationen bezahlten Personen einzusetzen, die bei Betrugsverdacht in Betrieben intervenieren können. Zum Beispiel ergäbe sich Grund für eine Ermittlung, wenn eine Genossenschaft mehr Gruyère AOP verkauft als sie einkauft. Diese Kontrollbeauftragten stellen keine Konkurrenz für die öffentlichen Kontrollinstanzen dar, sondern sie unterstützen jene im Interesse der Konsumentenkreise und deren Gesundheit. Die Sortenorganisation und die verschiedenen AOP- und IGP-Wertschöpfungsketten erwarten vom Bundesrat, dass er rasch ein Einführungsgesetz erlässt, damit diese Kontrollbeauftragten ihre Kontrollen durchführen können. Damit wird Artikel 182 des Landwirtschaftsgesetzes endlich eine willkommene erste Anwendung finden.

Sowohl auf nationaler als internationaler Ebene hat die Sortenorganisation Gruyère alles unternommen, um den Namen Gruyère weltweit zu schützen. Bei mehreren Dossiers handelt sie im Einvernehmen mit ihrem französischen Pendant des Gruyère IGP, sowie der französischen Regierungsbehörde, dem "Institut National pour les Appellations d'Origine" (INAO). Diese Arbeit erfolgt ebenfalls in Koordination mit dem Bundesamt für Landwirtschaft und dem Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum. Es gilt festzuhalten, dass das BLW gewisse juristische Schritte zur Verteidigung oder Anmeldung der Marke finanziell unterstützt.

Sobald wir feststellen, dass der Name Gruyère auf dem Markt, bzw. an den verschiedenen Messen, irreführend verwendet wird, werden entsprechende juristische Schritte eingeleitet. Bis heute haben etliche Schritte zum Erfolg geführt und es ist davon auszugehen, dass der Name Gruyère weltweit weniger missbräuchlich verwendet wird. Dies ist für alle Konsumentinnen und Konsumenten hierzulande und anderswo positiv.

Bei ihrer Arbeit zur Verteidigung des Namens kann sich die Sortenorganisation Gruyère sowohl auf die internationale Organisation OriGIn stützen, die den Schutz der geografischen Angaben weltweit verteidigt, als auch auf die Schweizerische Vereinigung der AOP-IGP. Switzerland Cheese Marketing (SCM) spielt ebenfalls eine nicht zu vernachlässigende Rolle, indem sie Fälle missbräuchlicher Verwendung meldet und zudem Lizenzverträge kontrolliert. Die Sortenorganisation Gruyère intervenierte bei den Bundesbehörden und machte sie auf die Tatsache aufmerksam, dass bei Abschluss bilateraler Abkommen der Schutz der geografischen Angaben, insbesondere des Namen Gruyère, bestmöglich geregelt sein muss. In diesem Zusammenhang ist der aktuell mit den Mercosurstaaten diskutierte Abkommensentwurf bezüglich der Form des Schutzes des Namens Gruyère unbefriedigend. Sobald die Details in diesem Punkt bekannt sind, wird die Sortenorganisation ihre Forderungen bezüglich des Namens im endgültigen Abkommen stellen.

Wie bei allen auf dem internationalen Markt tätigen Unternehmen setzt der Erfolg im Verkauf einen klaren und lückenlosen Schutz des Namens voraus, unter welchem das Produkt verkauft wird, in unserem Falle des Gruyère AOP. Mit der Unterzeichnung der Gruyère-Charta wurde 1992 genau dieser Weg eingeschlagen.



# Qualität des Gruyère AOP

#### Taxationen und Kontrollen

Gemäss den Bestimmungen des Pflichtenhefts wird jeder Posten Gruyère AOP der Taxation unterzogen, wenn der Käse im Durchschnitt 4,5 Monate alt ist. Das bildet im Zusammenhang mit der Kaseinmarke die Grundlage für die lückenlose Rückverfolgbarkeit. Auf diese Weise wird jeder Laib genau kontrolliert, ehe er auf den Markt gelangt. Eine erste Qualitätsbeurteilung erfolgt nach rund drei Monaten, wenn der Affineur den Käse aus dem Käsekeller übernimmt. Die Taxation wird durch eine Kommission bestehend aus einem Experten der Sortenorganisation Gruyère und einem Co-Experten aus den Reihen der Käser durchgeführt. Gegen das Vorgehen kann mittels Rekurs vorgegangen und eine erneute Taxation durch eine Rekurskommission, bestehend aus zwei Vertretern der Affineure und einem Käser, erwirkt werden. Das Ergebnis der Rekurskommission ist unwiderruflich. Dieses Vorgehen gewährleistet die notwendige Objektivität für die qualitative Beurteilung des Gruyère AOP, der auf den Markt gelangt. Bevor der Gruyère AOP den Käsekeller definitiv verlässt, wird er durch den Affineur/Verkäufer einer letzten Beurteilung unterzogen.

Dieser Prozess garantiert dem Gruyère AOP und dem Gruyère d'Alpage AOP zur Freude aller Konsumentinnen und Konsumenten eine lückenlose Qualität. Der Qualitätsaspekt wird von der Sortenorganisation Gruyère durch die Bezahlung von Qualitätsprämien im Gesamtbetrag von rund 5,6 Millionen Franken gefördert. Diese Qualitätsstützung gehört zu einer ehrenvollen Verkaufsförderung, ist aber für alle Akteure wichtig, seien dies die Käsereigenossenschaft, die Käser oder die Affineure. Es handelt sich um einen Wettbewerb

über fünf Jahre, bei dem die beste Taxierung in diesem Zeitraum belohnt wird. Am 2. Oktober war es wieder soweit: Die hervorragenden Resultate wurden im Bildungszentrum in Grangeneuve gefeiert. Die Wertschöpfungskette konnte somit die Gewinner mit der Goldmedaille auszeichnen. Je eine solche ging an Didier Bovet der Käserei von Corcelles-le-Jorat für den Gruyère AOP, und an Martial Rod, Bewirtschafter der Alp von La Moëssettaz, für den Gruyère d'Alpage AOP. Details zu diesem Anlass finden Sie in der 48. Ausgabe des «l'oiseau». Dieses hohe Qualitätsniveau wirkt sich auf die gesamte Produktion aus, wird doch der Gruyère AOP regelmässig an weltweit stattfindenden Wettbewerben ausgezeichnet.

Der Anteil Käse der Jahresproduktion 2019, welcher der Klasse IB zugeteilt wurde, ist sehr gering geblieben. Damit haben sich der Einsatz für eine Qualität ohne Abstriche und die Förderung derselben gelohnt, denn 98 % der Käselaibe wurden in die Klasse IA eingestuft und 64 % erreichten 19 Punkte und mehr. Von 27 zur Taxation eingereichten Rekursen wurden deren 15 gutgeheissen. Was die Produktion von Gruyère d'Alpage AOP anbelangt, spielen die klimatischen Bedingungen eine wichtigere Rolle. Auch hier ist die Qualität gut. Es gibt verhältnismässig etwas mehr Käse, die der Klasse IB zugeteilt wurden, was aber für diese Spezialität normal ist. 92,1 % der Käse wurden aber der Klasse IA zugeteilt. 67,6 % erreichten 19 Punkte und mehr.

Diese Exzellenz ist das Resultat der professionellen Arbeit eines Jeden – von den Milchproduzenten über die Käser bis zu den Affineuren - und auch der Unterstützung dieses täglichen Engagements durch die verschiedenen Beratungsorgane wie CASEi, Arqha oder Agroscope zu verdanken. Es ist ausserdem sehr wichtig, dass die Bildung ihre Aufgaben weiterhin wahrnimmt, damit auch die kommenden Generationen noch daran interessiert sind, im Dienste der Qualität und Tradition und in unabhängigen Strukturen hochwertigen Käse herzustellen.

Im Bestreben, die Authentizität der Schweizer Spezialitäten zu erhalten, nimmt die Sortenorganisation Gruyère aktiv am

Aufbau der Liebefeld Kulturen AG teil. Diese soll in Kürze nach Posieux, Grangeneuve, überführt werden





## Chemische Analysen

#### Wasser- und Fettgehalt

Die systematischen Kontrollen der chemischen Zusammensetzung finden bei jedem Posten statt. Zu 16 Analysen wurde ein Rekurs eingereicht, 12 Rekurse wurden gutgeheissen. Anzumerken ist, dass jährlich mehr als 2'000 Posten analysiert werden. Die Einhaltung der im Pflichtenheft vorgegebenen Gehalte bezieht sich auf einen Durchschnitt von sechs Monaten. Das gesteckte Ziel dieser Kontrollen wird im Allgemeinen erreicht.

### Spezifische Analysen

Die Sortenorganisation führt Analysen der hygienischen

und bakteriologischen Qualität des Käses durch. 2019 wurden erneut Kontrollen auf pathogene Substanzen durchgeführt. Diese bestätigten, dass mit den umgesetzten Massnahmen die Einhaltung der relevanten gesetzlichen Vorschriften durch den Gruyère AOP, der auf den Markt kommt, gewährleistet werden kann. Für die Konsumentinnen und Konsumenten ist es wichtig, Gewissheit darüber zu haben,

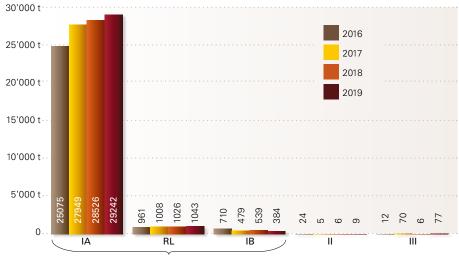
dass der Gruyère AOP, den sie kaufen, ein Produkt ohne Zusatzstoffe, natürlich laktose- und glutenfrei ist.

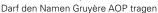
In diesem Zusammenhang weist die Wertschöpfungskette auf die gute Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen kompetenten Kontrollstellen hin.

#### Qualitätskommission

Wie im Kapitel zu den Organen der Sortenorganisation Gruyère erwähnt, steht die Qualitätskommission und insbesondere ihre Ad-hoc-Delegation den Akteuren der Wertschöpfungskette zur Verfügung, um bei wiederkehrenden Problemen an einem Produktionsstandort die bestmögliche Lösung zu finden. Diese Arbeitsweise sichert eine gesunde Entwicklung des Gruyère AOP.

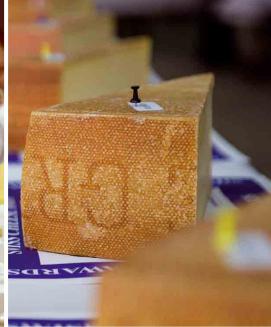
#### Qualitätsvergleich nach Kalenderjahr in Tonnen











# 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, 2. Juni 2019

An dieser Veranstaltung gab es 200 Austellern von 15 verschiedenen Ländern. Mehr als 950 Käses und Milchprodukte waren präsenz von 2. bis 4. Juni 2019 in Tours in Frankreich.

#### Goldmedaille mit Auszeichnung «Super Gold»

Käserei Moléson SA, mit Le Gruyère AOP Vieux Suisse Moléson 18 Monate, affiniert durch Fromages Gruyère SA, Bulle

#### Goldmedaille mit Auszeichnung «Super Gold»

Fromages Spielhofer SA, mit Le Gruyère AOP 8 Monate, affiniert durch Mifroma SA, Ursy

## International Cheese Awards 2019, Nantwich, England, 30. und 31. Juli 2019

Auch dieses Jahr hat der Gruyère AOP an diesem bedeutenden internationalen Wettbewerb Medaillen gewonnen.

# In der Kategorie: Speciality Cheese – Hard Pressed – Gruyère AOP

#### Gold

Vincent Tyrode, Käserei l'Auberson, affiniert durch Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains

#### Bronze

Gilbert Golay, Käserei Penthéréaz, affiniert durch Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains

# In der Kategorie: Speciality Cheese – Hard Pressed Cheese

#### Silver

Philippe Geinoz, Käserei Les Sagnettes, affiniert durch Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains

# In der Kategorie: Hard Cheese made with unpasteurised raw milk – Gruyère AOP

#### Silver

Gilbert Golay, Käserei Penthéréaz, affiniert durch Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains

#### Bronze

Vincent Tyrode, Käserei l'Auberson, affiniert durch Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains



## In der Kategory: Hard Cheese made with unpasteurised raw milk

#### Silver

Christophe Suchet, Käserei Bonnefontaine, affiniert durch Lustenberger & Dürst SA, Cham

#### In der Kategorie: Hard Pressed Cheese

#### Silver

Adrian Tinguely, Käserei Côte-aux-Fées, affiniert durch Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains

#### Very Highly Commended (VHC)

Vincent Tyrode, Käserei l'Auberson, affiniert durch Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains

# In der Kategorie: Best Swiss Cheese – Gruyère AOP

Christophe Suchet, Käserei Bonnefontaine, affiniert durch Lustenberger & Dürst SA, Cham

#### Silver

Vincent Tyrode, Käserei l'Auberson, affiniert durch Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains

# In der Kategorie: Best Retailer Unpasteurised any other Hard Cheese

#### Silver

Jean-Marie Dunand, Käserei Le Crêt, affiniert durch Fromage Gruyère SA, Bulle

#### In der Kategorie: Best Retailer Swiss Gruyère AOP Gold

Jean-Marie Dunand, Käserei Le Crêt, affiniert durch Fromage Gruyère SA, Bulle

#### Schweizer Wettbewerb der Regionalprodukte, Delsberg, 28. und 29. September 2019

Le Gruyère AOP hat mehrere Medaillen während des Schweizerischen Wettbewerbs der Regionalprodukte gewonnen. Dieser hat am Wochenende vom 28. September 2019 stattgefunden.

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

#### Goldmedaillen

#### Le Gruyère AOP

Käserei Echarlens, Frédéric Pasquier, affiniert durch Mifroma SA, Ursy

Käserei L'Auberson, Vincent Tyrode, affiniert durch Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains

Käserei Moléson SA, Michel Grossrieder, affiniert durch Fromage Gruyère SA, Bulle

#### Bio Fonduemischung

Käserei Echarlens, Frédéric Pasquier

#### Fondue moitié-moitié

Käserei Friesenheid, Louis-Alexandre Yerly

#### Silbermedaillen

#### Le Gruyère AOP

Käserei Grandcour, Jean-Daniel Jaeggi, affiniert durch Fromco SA, Moudon

#### Le Gruyère AOP Bio

Käserei Les Moulins, Pierre Buchillier, affiniert durch Fromco SA, Moudon

#### Fonduemischung

Käserei Echarlens, Frédéric Pasquier

Käserei Sommentier, Erich Hunkeler

Käserei Moléson SA, Michel Grossrieder

#### Bronzemedaillen

#### Le Gruyère AOP

Käserei Sommentier, Erich Hunkeler, affiniert durch Fromage Gruyère SA, Bulle

Käserei Pomy, Christophe Cujean, affiniert durch Mifroma SA, Ursy

#### Le Gruyère d'Alpage AOP

AlpTissiniva, Jacques Ruffieux, affiniert durch Coopérative fribourgeoise des producteurs de fromages d'Alpage, Charmey

12



## Alpkäse-Prämierung an der OLMA, St. Gallen, 11. Oktober 2019

Wie jedes Jahr fand auch 2019 die Alpkäse-Prämierung im Rahmen der OLMA, der grossen Publikumsmesse in St. Gallen, statt.

Le Gruyère d'Alpage AOP von Nicolas Brodard, Alpage La Guignarde, Nyon, hat den 2. Preis in der Kategorie Hartkäse gewonnen.

Dieser Käse wurde durch Coopérative fribourgeoise des producteurs de fromages d'Alpage affiniert.

Le Gruyère d'Alpage AOP von Philippe et Michaël Ruffieux, Alpage Varvalanna, Val de Charmey, hat den 6. preis in der Kategorie Hartkäse gewonnen.

Dieser Käse wurde durch Coopérative fribourgeoise des producteurs de fromages d'Alpage affiniert.

Le Gruyère d'Alpage AOP von Christian Bourquenoud, Alpage Le Creux, Intyamon, hat ein Diplom in der Kategorie Hartkäse gewonnen.

Dieser Käse wurde durch Coopérative fribourgeoise des producteurs de fromages d'Alpage affiniert.

#### World Cheese Awards, Bergame, Italien, 18. bis 19. Oktober 2019

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

#### Best Le Gruyère Cheese Trophy

Franz Jungo, Käserei Strauss, für seinen Gruyère AOP affiniert durch Cremo Von Mühlenen AG, Fribourg/Düdingen

#### «Super Gold»-Medaille

Franz Jungo, Käserei Strauss, für seinen Gruyère AOP affiniert durch Cremo Von Mühlenen AG, Fribourg/ Düdingen Philippe Dénérvaud, Käserei Villaz-St-Pierre, für seinen Gruyère AOP affiniert durch Fromco AG, Moudon

Philippe Geinoz, Käserei Les Sagnettes, für seinen Gruyère AOP affiniert durch Margot Fromages AG, Yverdon (2 Medaillen)

#### Goldmedaillen

Franz Jungo, Käserei Strauss, für seinen Gruyère AOP affiniert durch Cremo Von Mühlenen AG, Fribourg/Düdingen

Alexandre Guex, Käserei Châtonnaye, für seinen Gruyère AOP affiniert durch Cremo Von Mühlenen AG, Fribourg/ Düdingen (2 Medaillen)

Adrian Scheiddegger, Käserei Niedermuhren, für seinen Gruyère AOP affiniert durch Cremo Von Mühlenen AG, Fribourg/Düdingen

Käserei Cremo, für seinen Gruyère AOP affiniert durch Fromage Gruyère SA, Bulle

Gérald Raboud, Käserei Courgenay, für seinen Gruyère AOP affiniert durch Fromco AG, Moudon

Etienne Aebischer, Käserei Montricher, für seinen Gruyère AOP affiniert durch Fromco AG, Moudon

Adrien Pagnier, Käserei Les Bayards-Duo Vallon, für seinen Gruyère AOP affinert durch Fromco AG, Moudon

#### Silbermedaillen

Daniel Rohrbach, Käserei Develier, für seinen Gruyère AOP affiniert durch Emmi AG, Kirchberg

Olivier Bongard, Käserei Düdingen, für seinen Gruyère AOP affiniert durch Cremo Von Mühlenen AG, Fribourg/Düdingen

Markus Sturny, Käserei Lanthen, für seinen Gruyère AOP affiniert durch Cremo Von Mühlenen AG, Fribourg/Düdingen (2 Medaillen)







Adrian Scheiddegger, Käserei Niedermuhren, für seinen Gruyère AOP affiniert durch Cremo Von Mühlenen AG, Fribourg/Düdingen, (2 Medaillen)

Käserei Cremo, für seinen Gruyère AOP affiniert durch Fromage Gruyère SA, Bulle

#### Bronzemedaillen

Adrian Scheiddegger, Käserei Niedermuhren, für seinen Gruyère AOP affinert durch Cremo Von Mühlenen AG, Fribourg/Düdingen

Olivier Bongard, Käserei Düdingen, für seinen Gruyère AOP affiniert durch Cremo Von Mühlenen AG, Fribourg/Düdingen

Philippe Geinoz, Käserei Les Sagnettes, für seinen Gruyère AOP affiniert durch Margot Fromages SA, Yverdon

#### Die Fondue-Weltmeisterschaft, Tartegnin, 16. November 2019

Am Samstag, 16. November 2019, fand die Fondue-Weltmeisterschaft im kleinen Waadtländer Städtchen Tartegnin statt.

#### Die diesjährigen Gewinner der Fondue-WM sind:

Jean-Mathieu Baer, d'Etagnières (VD), Berufsschullehrer in Lausanne, und sein Sohn Florian Baer de Troistorrents (VS), Weltmeister / Profi-Kategorie

Christian Maillardet und Daniel Villard von Rolle, La Côte (VD), Weltmeister / Amateur-Kategorie

#### Käse der Wahl des Kanton Neuenburg

Die Sortenorganisation Gruyère gratuliert Adrien Pagnier für seine vom Kanton Neuenburg überreichte Auszeichnung. Sein Gruyère AOP aus der Käserei Les Bayards, affiniert von Fromco SA in Moudon, wurde zum Käse für das Jahr 2019/2020 erkoren.

#### Käse der Wahl des Waadtländer Staatsrats

LIBERTÉ PATRIE Die Sortenorganisation Gruyère freut sich, dass der Waadtländer Staatsrat den Gruyère AOP von der Käserei Montricher, hergestellt von Etienne Aebischer und affiniert von Fromco SA in Moudon zum Käse für das Jahr 2020 erkoren hat. Dieser Gruyère AOP wird bei offiziellen Veranstaltungen des Waadtländer Staatsrats serviert werden.

#### Käse der Wahl des Freiburger Staatsrats

Die Sortenorganisation Gruyère freut sich, dass der Freiburger Staatsrat den Gruyère AOP von der Käserei Billens, hergestellt von Bernard Oberson und affiniert von Mifroma SA in Ursy zum Käse für das Jahr 2020 erkoren hat. Philippe Pasquier von der Käserei Neyruz wurde an diesem gemeinsam mit der Sortenorganisation Freiburger Vacherin AOP organisierten Wettbewerb für seinen Freiburger Vacherin AOP ausgezeichnet.





# Verleihung von Auszeichnungen der Sortenorganisation Gruyère

Am 2. Oktober 2019 wurden die besten Hersteller von Gruyère AOP und Gruyère d'Alpage AOP der letzten 5 Jahre durch die Sortenorganisation Gruyère (IPG) im Bildungszentrum von Grangeneuve ausgezeichnet.

#### **Gruyère AOP-Käser**



#### Goldmedaillen

Didier Bovet (19.87) Käserei Corcelles-le-Jorat affiniert durch Mifroma SA

Frédéric Pasquier (19.69) Käserei Echarlens affiniert durch Mifroma SA

Alexandre Guex (19.65) Käserei Châtonnaye affiniert durch Cremo Von-Mühlenen AG

Frédéric Pasquier (19.55) Käserei Echarlens BIO affiniert durch Mifroma SA

Jean-Marie Dunand (19.51) Käserei Le Crêt affiniert durch Fromage Gruyère SA

Pierre Reist (19.44) Käserei Lugnorre affiniert durch Milka AG und Emmi AG

Gaël Niquille (19.42) Käserei Grangeneuve affiniert durch Fromage Gruyère SA

Etienne Aebischer (19.41) Käserei Montricher affiniert durch Fromco SA

René Pernet (19.39) Käserei Peney-le-Jorat affiniert durch Fromco SA



Goldmedaille gewonnen haben



#### Silbermedaillen

Christen Blaise (19.37) Käserei La Joux-du-Plâne affiniert durch Fromco SA

Adrien Pagnier (19.36) Käserei Bayards affiniert durch

Benoît Déforel (19.36) Käserei Sâles affiniert durch Mifroma SA

Gilbert Golay (19.33) Käserei Penthéréaz affiniert durch Margot Fromages SA

Jean-Jacques Clément (19.32) Käserei Moudon und Käserei Jaun affiniert durch Fromco SA und Fromage Gruvère SA

Erich Hunkeler (19.31) Käserei Sommentier affiniert durch Fromage Gruyère SA

Bernard Oberson (19.29) Käserei Billens affiniert durch Mifroma SA

Pierre-Alain Uldry (19.29) Käserei Pont-la-Ville affiniert durch Mifroma SA

Vincent Gapany (19.29) Käserei Rueyres-Treyfayes affiniert durch Fromage Gruyère SA



15





#### **Bronzemedaillen**

**Emmanuel Piller** (19.28) Käserei Semsales affiniert durch Fromage Gruyère SA

**Philippe Dénervaud** (19.28) Käserei Villaz-St-Pierre affiniert durch Fromco SA

**Jean-Claude Carrel** (19.27) Käserei Villargiroud affiniert durch Fromage Gruyère SA

**Olivier Habegger** (19.23) Käserei Brenles-Chesalles-Sarzens affiniert durch Fromco SA

**Nicolas Schmoutz** (19.23) Käserei Mézières affiniert durch Fromco SA

**Benoît Kolly** (19.23) Käserei Le Mouret affiniert durch Milka AG und Emmi AG

**Alain Cardinaux** (19.22) Käserei Aeschlenberg affiniert durch Fromage Gruyère SA

**Jean-Paul Favre** (19.22) Käserei La Sionge affiniert durch Fromage Gruyère SA

**Gérard Equey** (19.20) Käserei Vuisternens-devant-Romont affiniert durch Mifroma SA

**Gérald Raboud** (19.20) Käserei Courgenay affiniert durch Fromco SA

**Gérald Clément** (19.20) Käserei Praroman und Käserei Prez-vers-Noréaz affiniert durch Fromage Gruyère SA und Intercheese AG



#### **Diplome**

**Claude Kolly** (19.18) Käserei Rossens affiniert durch Mifroma SA

**Marc-André Girardin** (19.17) Käserei Bière affiniert durch Fromco SA

**Serge Jeanmonod** (19.17) Käserei La Côte-aux-Fées affiniert durch Margot Fromages SA

**Dominique Caille** (19.15) Käserei Romanens affiniert durch Mifroma SA

**Jean-Daniel Jaeggi** (19.11) Käserei Grandcour affiniert durch Fromco SA

**Olivier Philipona** (19.10) Käserei Vuadens affiniert durch Mifroma SA

**Vincent Tyrode** (19.09) Käserei L'Auberson affiniert durch Margot Fromages SA

**Stéphane Menoud** (19.09) Käserei Les Chaux affiniert durch Mifroma SA

**Nicolas Charrière** (19.08) Käserei Vuisternens-en-Ogoz affiniert durch Mifroma SA

**Franz Jungo** (19.08) Käserei Strauss affiniert durch Cremo Von-Mühlenen AG

**Silvio Kaeser** (19.05) Käserei Charmey affiniert durch Lustenberg & Dürst AG

**Philippe Favre** (19.05) Käserei Vaulruz affiniert durch Fromage Gruyère SA

**Alexandre Schaller** (19.04) Käserei Villarimboud affiniert durch Fromco SA

**Dominique Descloux** (19.02) Käserei Cottens affiniert durch Mifroma SA

**Daniel Maurer** (19.02) Käserei Chézard-St-Martin BIO affiniert durch Milka AG und Emmi AG

**Michel Grossrieder** (19.02) Käserei Moléson SA Orsonnens affiniert durch Fromage Gruyère SA

**Jérôme Raemy** (19.02) Käserei Autigny affiniert durch Fromage Gruyère SA

**Daniel Rohrbach** (19.01) Käserei Develier BIO affiniert durch Emmi AG

**Yvan Dénervaud** (19.01) Käserei Villarzel affiniert durch Fromco SA

**Charles Magne** (19.01) Käserei Vuarrens affiniert durch Fromco SA



#### Gruyère d'Alpage AOP-Käser



#### Goldmedaillen

**Martial Rod** (19.63) Alp La Moësettaz affiniert durch Fromage Gruyère SA

**Marcel Progin** (19.54) Alp Gros-Plané affiniert durch Mifroma SA

**Pierre & Yvan Brodard** (19.49) Alp Grenerêts-Carra-Tioleyre affiniert durch Mifroma SA



#### Silbermedaillen

**Christophe Esseiva** (19.39) Alp Brenleires-Crosets affiniert durch Fromage Gruyère SA

**Jacques Ruffieux** (19.37) Alp Tissiniva affiniert durch Coopérative fribourgeoise des producteurs de fromages d'Alpage

**Nicolas Brodard** (19.30) Alp La Guignarde affiniert durch Coopérative fribourgeoise des producteurs de fromages d'Alpage



#### Bronzemedaillen

**Cédric & Hugo Pradervand** (19.29) Alp La Givrine affiniert durch Fromage Gruyère SA

**Daniel Bühler** (19.25) Alp Twanbergli affiniert durch Milka AG und Emmi AG

**Samuel & Philippe Dupasquier** (19.24) Alp Le Lity affiniert durch Coopérative fribourgeoise des producteurs de fromages d'Alpage





#### **Diplome**

**Christian Bourquenoud** (19.22) Alp Le Creux affiniert durch Coopérative fribourgeoise des producteurs de fromages d'Alpage

**Christian & Pierre Boschung** (19.21) Alp En Chenau affiniert durch Fromage Gruyère SA

**Société Menoud-Mesot-Vial** (19.21) Alp Le Grand Boutavent affiniert durch Fromco SA

**Freddy & Stéphane Charrière** (19.16) Alp Parc-es-Fayes affiniert durch Fromage Gruyère SA

**Maurice Bapst** (19.16) Alp Vacheresse-Liti affiniert durch Coopérative fribourgeoise des producteurs de fromages d'Alpage

**Nicolas Remy** (19.10) Alp Les 2<sup>ème</sup> Groins affiniert durch Coopérative fribourgeoise des producteurs de fromages d'Alpage

**Philippe & Michaël Ruffieux** (19.05) Alp Varvalanna affiniert durch Coopérative fribourgeoise des producteurs de fromages d'Alpage

**Hans Koenig** (19.03) Alp La Vatia d'Avau affiniert durch Coopérative fribourgeoise des producteurs de fromages d'Alpage

**Béat Piller** (19.01) Alp Vounetz affiniert durch Coopérative fribourgeoise des producteurs de fromages d'Alpage

**Emmanuel et Patrick Mauron** (19.01) Alp Gros Caudon Les Guedères affiniert durch Fromage Gruyère SA



# **Marketing**

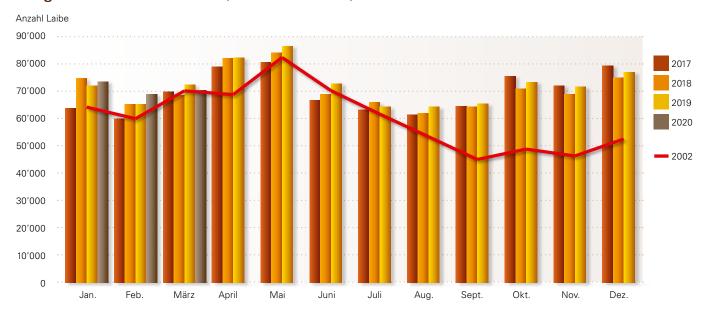
Weiterhin hervorragende Qualität und einen angemessenen Verkaufspreis bieten, Martkanteile in der Schweiz zumindest halten und im Ausland gewinnen, so lauten die Marketingziele der Sortenorganisation Gruyère. Die Marketingsstrategie umfasst folgende Punkte:

- Rigorose Mengenführung
- Qualitätsmanagement gemäss Bestimmungen des Pflichtenhefts
- Sicherung der Rentabilität
- Wert für den Kunden
- Verkaufsförderung und –unterstützung des Gruyère AOP auf nationaler und internationaler Ebene
- Verteidigung der Marke Le Gruyère AOP

Die Sortenorganisation zeigt, dass der Gruyère AOP eine Seele hat, und dass eine emotionale Beziehung zwischen diesem edlen Käse, der Wertschöpfungskette und den Konsumentinnen und Konsumenten besteht. Die Tätigkeiten fokussieren sich auf Qualität, Regionalität, handwerkliche Herstellung des Gruyère AOP und das Know-how der ganzen Wertschöpfungskette unter Beachtung folgender Leitsätze:

- Die AOP stellt den roten Faden dar.
- Die Geschichte, die Aufrechterhaltung der Traditionen, die regionale Herstellung und der Mensch sind die starken Argumente der Verkaufsförderung.
- Das Produkt muss stets im Zentrum der Kommunikation stehen.
- Der Geschmack ist der Grund dafür, dass sich der Gruyère AOP verkauft.

#### Vergleich der Produktion (Kaseinmarken)



Die Akteure der Wertschöpfungskette sind stets die besten Botschafter. Daher ist es wichtig, dass die Marke «Le Gruyère AOP Switzerland» von allen und auf allen Ebenen beworben wird. Der Leitfaden der guten Marketingpraxis, der befolgt werden muss, definiert dabei die Rolle der Produzenten, Käser und Affineure, aber auch der Verwaltung der Sortenorganisation, um den Gruyère AOP als Markenprodukt mit Mehrwert bestmöglich zu positionieren.

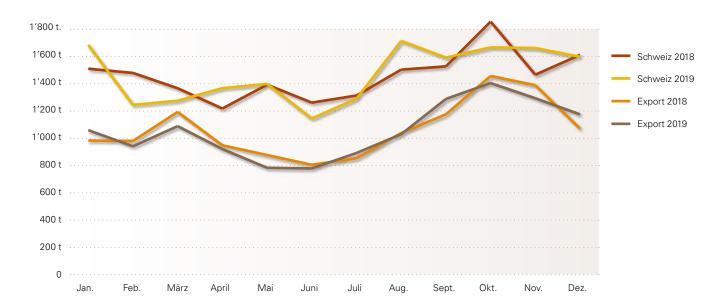
Auf nationaler Ebene wurde die Werbung in den verschiedenen Regionen der Schweiz über das Fernsehen aktiviert. So sah man den Gruyère AOP bei Fernsehnachrichten, bei der Wettervorschau, auf Aussenplakaten und auch in den Kinosälen. Die Präsenz wurde zudem in den sozialen Netzwerken und im Internet verstärkt. Zur Erneuerung des Slogans «Der Geschmack der Schweiz seit 1115» wurde ein Agenturpitch für eine neue Kampagne ausgeschrieben mit dem Ziel, den Bekanntheitsgrad in den Konsumentenkreisen zu konsolidieren. Aufgrund des Entscheids der Mitglieder der Marketingkommission wurde eine neue Agentur ausgewählt, welche in der zweiten Hälfte des Jahrs 2020 aktiv sein wird.

In Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Vereinigung der AOP-IGP und Switzerland Cheese Marketing (SCM) hat der Gruyère AOP seine Präsenz an den Publikumsmessen wie MUBA, LUGA, BEA, la Foire du Valais, OLMA, Slow Food Market, Les Automnales, Food Expo in Bern und der Schweizer Gastromesse «Goûts et Terroirs» in Bulle markiert. Rund 3,8 Tonnen Gruyère AOP aller Sorten und 3 Fonduemischungen aus mindestens 50 % Gruyère AOP konnten dort abgesetzt werden. Die Käser der Wertschöpfungskette werden regelmässig in lokale Veranstaltungen mit einbezogen, um die verschiedenen Reifegrade des Gruyère AOP, Gruyère AOP Bio und Gruyère d'Alpage AOP zur Degustation anzubieten. Da vor allem der Kontakt zu den Konsumentinnen und Konsumenten zählt, wurden die Degustationsaktivitäten im Detailhandel aufrechterhalten, mit Fokus auf den Markt in der Deutschschweiz. Le Gruyère AOP kam durch Gastro Vaud und Gastro Fribourg an zwei Veranstaltungen im Zusammenhang mit dem Fondue zu Ehren. Dieses Gericht feierte ausserdem einen Höhepunkt an der Fondue-Weltmeisterschaft in Tartegnin, wo sich Profis und Amateure gut gelaunt einen kulinarischen Kampf lieferten. Es galt, die beste Mischung zu küren, die zwingend 50 % Gruyère AOP enthalten musste.

Der edle Käse wurde an der wichtigsten Sommerveranstaltung 2019, der Fête des Vignerons, szenisch bemerkenswert in den Fokus gerückt. Der Anlass in Vevey wurde in Zusammenarbeit mit der Gruyère-Bruderschaft durch die mobile Käserei verstärkt, in der die Herstellung des Gruyère AOP unter Einhaltung der Bestimmungen des Pflichtenhefts aus nächster Nähe besichtigt werden konnte. Zur Steigerung der Sichtbarkeit der Marke in der Schweiz war der Gruyère AOP zudem an verschiedenen Veranstaltungen wie der "Fédération des jeunesses cantonales vaudoises", dem Paléo Festival in Nyon oder dem Zermat Unplugged präsent und verwöhnte die Festival-Besucher mit Hot-Fondue. Dank der Zusammenarbeit zwischen Zermatt und dem Gruyère AOP konnten sämtliche Besucherinnen und Besucher im Festivalgelände unentgeltlich mit Elektrobussen im Gruyère AOP-Look fahren, was den internationalen Gästen sicher in Erinnerung bleiben wird. Für Skilager oder andere schulische Aktivitäten gab die Sortenorganisation Produkte ab mit dem Ziel, die jungen Konsumentinnen und Konsumenten für den einmaligen Geschmack des Gruyère AOP zu begeistern. In diesem Rahmen war die Zusammenarbeit mit den Schulen von Marly ein voller Erfolg. Zudem ist festzuhalten, dass im Rahmen der gemeinsamen Aktion mit dem Vacherin Mont d'Or AOP, dem L'Etivaz AOP und der vom Kanton Waadt unterstützten Wein-Qualitätsmarke Terravin diese verschiedenen traditionellen Qualitätsprodukte in verschiedenen Hotelfachschulen präsentiert werden und somit Schülern aus der ganzen Welt näher gebracht werden konnten.

Im Rahmen der «Wein und Käse»-Zusammenarbeit sind die Unterstützung der Chasselas-Weltmeisterschaft und die

#### Absatz 2018-2019 in Tonnen



Teilnahme im Sommer an der Weltmeisterschaft von Brüssel in Aigle zu erwähnen.

Auf internationaler Ebene investiert die Sortenorganisation bedeutende Mittel im Ausland und wird dabei mit Geldern des Bundes im Rahmen der Zusammenarbeit mit Switzerland Cheese Marketing (SCM) in den Antennenländern unterstützt. Diese Regionen werden durch eine verkaufsfördernde Struktur der Schweizer Käse unterstützt.

In Frankreich sind die Mengen an Gruyère AOP trotz harter Konkurrenz leicht um 0,5 % auf total 1'595 Tonnen gestiegen. Der Werbedruck ist sehr hoch. Zahlreiche Degustations- und Verkaufsförderungsaktivitäten werden sowohl bei den Grossverteilern als auch bei den Käsehändlern durchgeführt. Dank dieser Aktivitäten vor Ort konnten spezifische Verkaufshilfen und Degustationskits in über 600

Grossmärkten eingeführt werden. Im herkömmlichen Vertrieb rückten spezifische Degustations-Veranstaltungen den Gruyère AOP in den Milchgeschäften in den Fokus. Da bei der Kommunikation sowohl klassische als auch digitale Medien herangezogen werden, können wir unsere Kontakte und damit die Verkäufe optimal steigern. Le Gruyère AOP war auch an zahlreichen Publikumsmessen wie dem Salon

de l'Agriculture, dem Salon des AOP-IGP in Bourgen-Bresse, den Rencontres AOP in Cambremer, der Foire aux vins et fromages in Antony, dem Salon gastronomique Saveurs in Paris und dem Salon Monte-Carlo Gastronomie vertreten.

Highlight 2019: Ausgabe 2019 des Gruyère AOP-Monats

Im Oktober war der Gruyère AOP einen Monat lang der Käsestar bei 115 Käsedetaillisten in Paris und Umgebung. Le Gruyère AOP Réserve und Le Gruyère d'Alpage AOP wurden zur Degustation angeboten. Mit von der Partie waren Lastenfahrräder und ein Citroën-Sammlerlieferwagen in den Farben des Gruyère AOP.

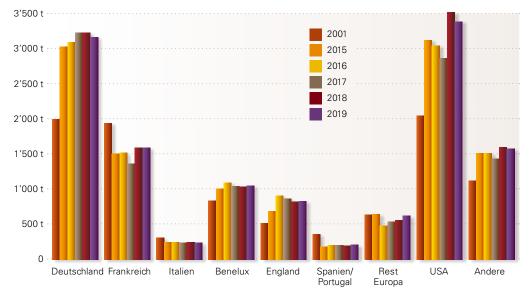
In Deutschland konnte der Käsemarkt insgesamt weder ein mengen- noch wertmässiges Wachstum verzeichnen. Dennoch bleibt Deutschland für den Gruyère AOP mit Abstand der grösste Markt der Europäischen Union. Dagegen und trotz erheblicher Verkaufsförderungsmassnahmen musste die Marke aber einen Rückgang von 64 Tonnen auf insgesamt 3'160 Tonnen verzeichnen. Die Anzahl «Käsetheken» geht jährlich zurück, während die Anzahl der Schweizer Käse mit einer Vielfalt an Käsesorten zu tieferen Preisen zunimmt. Die Verfügbarkeit von Gruyère AOP wird angesichts des verschärften Wettbewerbs aufrechterhalten, ja sogar

gesteigert, um mittels Verkaufsförderung zusätzliche Käufe auszulösen. Jeden Monat werden

über 3'500 Verkaufspunkte besucht, um Stützungsmassnahmen wie die Abgabe von Rezeptbroschüren zu ergreifen. Zudem werden Wettbewerbe organisiert, um Informationen und die wichtigen Werte der Marke zu vermitteln. Die jeweiligen Verkaufsförderungsaktionen werden in den sozialen Medien, den Website-Bannern und der Fachpresse breit angekündigt. Die Marke erreicht über 65,3 Millionen Leserinnen und Leser, die sich je nach Kaufkraft für ausgewählte Ernährungsthemen inter-

essieren. Im Januar konnte der Gruyère AOP die Besucher des FIS-Langlauf-Weltcups in Oberstdorf und Dresden begeistern. Geht es um Essen und Trinken, so führt kein Weg an der Anuga, der weltweit führenden Ernährungsmesse und dem wichtigsten Treffpunkt für den Gruyère AOP, vorbei. An dieser Messe hatten die internationalen Besucher die Möglichkeit, die verschiedenen Reifegrade des Gruyère AOP, des Gruyère AOP Bio und des Gruyère d'Alpage AOP zu degustieren. Bei den Publikumsmessen ist der Gruyère AOP Ende Januar an der «Grünen Woche» in Berlin zu Gast.

#### Vergleich der jährlichen Exporte von Gruyère AOP in Tonnen



Total 2001: 9'775 dayon EU 6'608 Total 2002: 9'303 dayon EU 6'064 Total 2003: 9'407 davon EU 5'948 Total 2004: 10'280 dayon EU 6'147 Total 2005: 10'600 dayon FU 6'794 Total 2006: 11'186 dayon FU 6'719 Total 2007: 10'886 davon EU 6'917 Total 2008: 11'779 davon EU 7'205 Total 2009: 10'974 dayon EU 7'346 Total 2010: 11'967 davon EU 7'501 Total 2011: 11'670 dayon EU 7'673 Total 2012: 11'527 davon EU 7'568 Total 2013: 12'207 davon EU 7'757 Total 2014: 12'376 davon EU 8'063 Total 2015: 11'956 davon EU 7'307 Total 2016: 12'106 davon EU 7'551 Total 2017: 11'787 davon EU 7'480 Total 2018: 12'800 davon EU 7'689 Total 2019: 12'684 davon EU 7'722

#### Highlight 2019: Foodboom Traveller

Die Online-Kulinarikplattform «Foodboom Traveller» ist derzeit die erfolgreichste Plattform in der Lifestyle & Gastronomie-Community. Eine von Erfolg gekrönte Zusammenarbeit mit dem Influencer Hannes Arendholz rund um den Gruyère AOP verbunden mit einer digitalen Kampagne an Fachmessen generierte 2,3 Millionen Impressionen. Das Kampagnenvideo verzeichnete über 560'000 Views auf Instagram.

In den Beneluxstaaten sind die Mengen an importiertem Gruyère AOP im Jahr 2019 um ca. 1 % gestiegen. Seit 2013 ist der Gruyère AOP der in den Beneluxstaaten am häufigsten konsumierte Schweizer Käse. In Belgien erholt sich der gesamte Käsemarkt nach zwei rückläufigen Jahren. Die Niederlande öffnen sich langsam für ausländische Käse. Der Markt des Grossherzogtums Luxemburg zeichnet sich durch eine Kaufkraft aus, die deutlich über dem europäischen Schnitt liegt und zudem eine grosse Affinität zum Gruyère AOP aufweist.

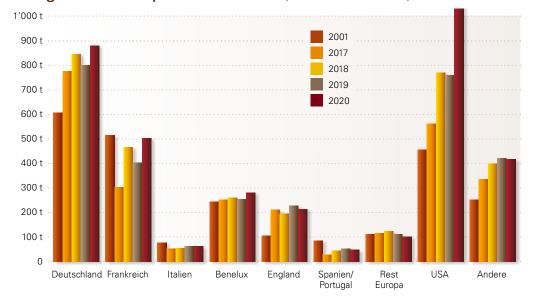
Die Marke unterstützt die Nachfrage der Grossverteiler durch Degustationen und Anzeigen in den Magazinen der Läden. Das Netzwerk der Käsegeschäfte stärkt die Positionierung des Gruyère AOP, indem die verschiedenen Reifegrade und der Gruyère AOP Bio entdeckt werden können. Jeden Samstag findet in Belgien eine Veranstaltung in einem anderen Käsegeschäft statt, wo drei Arten von Gruyère AOP präsentiert werden. Ausserdem ist die Marke an der holländischen Fachmesse (Vakbeurs Foodspecialiteiten) in Utrecht sowie am Weihnachtsmarkt in Lüttich mit einem Schweizer Chalet für Gruyère AOP-Fondue präsent.

# Highlight 2019: Belgische Zwei-Sterne-Köche als Botschafter des Gruyère AOP

Die Sortenorganisation entwickelt eine Kommunikationsstrategie für den Gruyère AOP, die auf dem Transfer des Know-hows, der Werte und des Geschmacks aufbaut. Dieser Kommunikationsansatz positioniert den Gruyère AOP als ein natürliches und geschmacklich hochwertiges Premium-Produkt der Gourmet-Klasse. Im September wurden zwei belgische Zwei-Sterne-Köche nach Greyerz eingeladen: Lionel Rigolet (Comme chez Soi\*\*, Brüssel) und Viki Geunes ('t Zilte\*\*, Anvers). Die Sterne-Köche wurden von vier Journalisten aus den drei Beneluxstaaten begleitet. Die Lifestyle & Gastronomie-Presse hatte somit Gelegenheit, das Gruyère AOP-Universum auch mit den Augen der Köche zu entdecken, um es ihren Lesern aus einem neuen, ungewohnten Blickwinkel zu präsentieren. Entsprechenden Beiträge sind in den Zeitschriften De Morgen Magazine, Foodies Magazine, Plus Magazine und Tendances erschienen.

Grossbritannien befindet sich mit dem Brexit in einer schwierigen Wirtschaftslage. Die Sortenorganisation führt ihre Positionierungsarbeit für den Gruyère AOP als Schweizer Käse, der sich in allen kulinarischen Formen zubereiten lässt, fort. Die Verkaufsförderung zielt darauf ab, den Gruyère AOP zum führenden Schweizer Käse zu machen, indem er für die Endkonsumenten attraktiv gestaltet und bei den Grossverteilern positioniert wird. Die englischen Konsumentinnen und Konsumenten essen tendenziell weniger Fleisch, was sich positiv auf den Markt des Gruyère AOP auswirken sollte, zeigen sich doch die Engländer bereit, in Fertiggerichten Fleisch durch Käse zu ersetzen. Der Gruyère AOP ist an etlichen Publikums- und Fachmessen präsent. Ziel ist es, die Konsumentinnen und Konsumenten in einem anderen Umfeld abzuholen als am Verkaufspunkt. Ausserdem soll dem Image des Gruyère AOP in England, Schottland und Irland zu mehr Dynamik verholfen werden. Die Besonderheiten des Gruyère AOP werden den Auftraggebern, im Besonderen dem Fachpersonal im Verkauf, durch Ausbildungen und Informationen über die Fachpresse sowie die Social Media vermittelt.

#### Vergleich der Exporte in Tonnen (Januar – März)



Total 2001: 2'461 dayon EU 1'752 Total 2002: 2'421 dayon FU 1'563 Total 2003: 2'401 dayon EU 1'524 Total 2004: 2'588 dayon EU 1'492 Total 2005: 2'409 dayon EU 1'693 Total 2006: 2'602 davon EU 1'734 Total 2007: 2'497 dayon EU 1'742 Total 2008: 3'024 dayon 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 dayon 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 Total 2019: 3'097 davon EU 1'916 Total 2020: 3'552 dayon EU 2'093 In Italien ist der Käsemarkt zwar stabil, doch hat der Gruyère AOP gegenüber dem Vorjahr 1 % eingebüsst. Le Gruyère AOP führt mit dem Vorzeigeprodukt in Italien, dem Emmentaler, gemeinsame Marketingaktivitäten durch. An 186 Verkaufspunkten der Grossmärkte wurden die Konsumentinnen und Konsumenten mit zahlreichen Verkaufsförderungsaktionen dazu angeregt, Gruyère AOP zu kaufen. Auf nationaler Ebene wurden an 3'806 Verkaufspunkten über 130 kommerzielle Aktionen durchgeführt, um die erfolgreichsten Verkaufszonen in Nord- und Mittelitalien massiv abzudecken. Die Präsenz der lokalen Käsespezialitäten, welche mit dem Gruyère AOP direkt konkurrieren, stellt die grösste Herausforderung dar. Die Sensibilisierung unseres Zielpublikums für die Marke erfolgt über die digitale Kommunikation, d. h. Beiträge auf Facebook und Instagram, sowie über die Teilnahme an der Messe Cheese 2019, Forme et Artigiano in Fiera.

In Spanien bleibt der Gruyère AOP mit einem Export von 298 Tonnen der meistkonsumierte Schweizer Käse. Mit mehr als 200'000 Kontakten pro Jahr unterstützt die Sortenorganisation ein Degustationsprogramm in den Supermärkten, Grossmärkten und im traditionellen Handel. Die Marke ist an gastronomischen Veranstaltungen präsent, so z. B. am Salón de Gourmets im April mit über 96'000 Besuchern. Laufende Aktionen unterstützen den Gruyère AOP in den Printmedien und in den sozialen Netzwerken.

**In Portugal** ist der Gruyère AOP im Dezember zur Degustation im VIP-Bereich des European Cross Country in Lissabon präsent.

Die Verkaufsförderungs- und Marketingaktivitäten vermögen den Absatz in Italien und Spanien nicht zu steigern. Die Sortenorganisation führt zusammen mit den Handelshäusern eine vertiefte Analyse zur Steigerung der Gruyère AOP-Mengen in diesen beiden Ländern durch.

In den nordischen Ländern verkauft Schweden, gefolgt von Finnland, Dänemark und Norwegen am meisten Gruyère AOP. Diese Märkte stellen für den Gruyère AOP einen hervorragenden Absatzmarkt dar, da der Pro-Kopf-Konsum von Käse sehr hoch ist. In Dänemark beträgt er 28,1 Kilo pro Jahr und Person, in Finnland 27,1 kg. Mit dem Beschluss, eine neue SCM-Struktur einzuführen, kann die Wirksamkeit der geleisteten Arbeit gestärkt werden. Le Gruyère AOP bleibt in den nordischen Ländern mit 510 Tonnen der meistverzehrte Schweizer Käse. Der Marketing-Aktionsplan umfasst eine Reihe von Aktivitäten und Degustationen an den Verkaufspunkten im Rahmen der «Swiss Cheese on Tour 2019.» Le Gruyère AOP war in allen vier nordischen Ländern präsent. Zudem wurden kulinarische Aktivitäten in Form von Rezepten wie der Kampagne «Le Gruyère AOP - Swiss Burger» realisiert. Le Gruyère AOP nutzte verschiedene traditionelle Instrumente, die Presse, Public Relations sowie die neuen Medien, um den nordischen Konsumentinnen und Konsumenten die Hauptbotschaften und die hohe Qualität des Gruyère AOP zu vermitteln. Die Zusammenarbeit mit Food-Bloggern und den Markenbotschaftern hat unsere digitale Strategie erweitert. Für den Gruyère AOP ist das Sponsoring von Sportveranstaltungen in den nördlichen

Ländern ebenfalls ein wichtiges Instrument. Zahlreiche Grossveranstaltungen wie die Gruyère AOP European Curling Championships in Helsingborg oder die Junioren Leichtathletik Europameisterschaften in Gävle und Borås fanden 2019 in Schweden statt. Darüber hinaus ist die Präsenz des Gruyère AOP entlang der Langlaufloipen ein Pluspunkt in diesen Regionen, da die langen Wintermonate auf diese Sportart ausgerichtet sind.

#### Highlight 2019: Lebensmittelmesse in Stockholm

Zu den vielen Höhepunkten gehört die Lebensmittel- und Weinmesse in Stockholm, welche im November ausgetragen wurde. Le Gruyère AOP war mit einem 49 m² grossen Stand vertreten und zeigte mit den verschiedenen Reifegraden seine ganze Vielseitigkeit. Mittels mehrerer Events und einer Ausstellungsküche konnte den schwedischen Konsumentinnen und Konsumenten auch der Gruyère AOP Bio präsentiert werden.

Die Sortenorganisation Gruyère führte ihre Bestrebungen in verschiedenen Ländern, so genannte **Exportinitiativen in neuen Märkten**, fort. In Anwendung der Verkaufsförderungsbestimmungen des Landwirtschaftsgesetzes können wir mit spezifischen Aktivitäten Schritte zur Steigerung der Verkäufe von Gruyère AOP über neue Absatzmärkte unternehmen und in Absprache mit den Handelshäusern punktuelle Lösungen in den Fokus rücken. Dabei müssen jedoch die vom BLW erstellten Regeln zur Kofinanzierung eingehalten werden. Investitionen erfolgen dort, wo sich für den Verkauf von Gruyère AOP ein Entwicklungspotenzial offenbart.

In den USA hat die Schaffung einer Antenne SCM North America zu einer verbesserten Zusammenarbeit mit den Handelsakteuren sowie den Partnerschaften mit Schweiz Tourismus und SWISS bei Promotionen in New York, Washington DC, San Francisco und Chicago geführt. Die Sortenorganisation Gruyère ist mit ihrem eigenen Stand an der Fancy Food Show, einer Fachmesse, vertreten, die im Januar in San Francisco und im Juni in New York stattfindet. Die USA stellen für den Gruyère AOP den Hauptexportmarkt dar. Das Kommunikationsbudget steht im Einklang mit dieser Schlüsselposition und muss die Möglichkeit bieten, den Bekanntheitgrad nachhaltig zu steigern. Le Gruyère AOP kann als treibende Kraft der Schweizer Käse in den USA angesehen werden, dies sowohl über die traditionelle Werbung als auch über die digitalen Medien.

**Kanada** stellt für den Gruyère AOP einen vielversprechenden Markt dar, auch wenn er an Importquoten gebunden ist. Aus diesem Grund werden Absatzförderungsprojekte in diesem Land über Degustationen bei Grossverteilern umgesetzt.

Russland steht seit August 2014 unter einem durch die Europäische Union verhängten Embargo. Aufgrund des allgemein sehr guten Images des Gruyère AOP wird er von russischen Konsumentinnen und Konsumenten mit hoher Kaufkraft geschätzt. Die Marke ist an der Prodexpo, der grössten Fachmesse im Lebensmittelsektor Russlands, vertreten. Eine mögliche Expansion in diesem Land wird jedoch durch Probleme mit Zollkontrollen behindert, welche die Schweizer Administration zu lösen versucht.



Japan nimmt in vielen Bereichen eine Vorreiterrolle ein und stellt für den Gruyère AOP eine Möglichkeit dar, weitere asiatische Märkte zu erreichen. Die gemäss ansässigen Unternehmen positiven Wachstumsperspektiven werden von der Sortenorganisation durch einen Marketing-Mix unterstützt. Es geht darum, sich gezielt an den Endkunden zu wenden und durch Belebung des Markenimages neue Konsumentinnen und Konsumenten zu gewinnen.

**Australien** ist eine moderne westliche Marktwirtschaft und bietet ihren Bürgerinnen und Bürgern einen der höchsten Lebensstandards der Welt. Mit ihren verschiedenen Tätigkeiten zugunsten des Gruyère AOP schreibt die Sortenorganisation dem Image als Premium-Marke absolute Priorität zu. Ein Medienplan in der Gastropresse unterstützt die Präsenz des Gruyère AOP an den Messen «Good Food and Wine Show» in Brisbane, Melbourne und Sidney.

#### **Sponsoring**

Der Sport bleibt ein sicherer Bereich für den Gruyère AOP. Die Sortenorganisation betreibt ein Sponsoring auf nationaler und internationaler Ebene. Hauptziel ist es, der Marke zu Sichtbarkeit zu verhelfen. Dazu muss im Hinblick auf die optimale Zielgruppe die richtige Wahl bezüglich der Ausstellungszeit und der Anzahl erreichter Personen getroffen werden. Die Sortenorganisation Gruyère muss je nach verfügbarem Sponsoringbudget das beste Zielpublikum wählen und über verschiedene Werbeträger den Bekanntheitsgrad steigern. Dies kann über die Suche nach der grössten Zielgruppe und mittels Public Relations, welche das Image des Gruyère AOP in Wert setzen, erfolgen. Zudem ist das Produkt sowohl für die breite Öffentlichkeit als auch in den VIP-Bereichen präsent.

Die Marke war unter anderem an Leichtathletik-Wettkämpfen, internationalen Meetings, an der Athletissima in Lausanne und an der Weltklasse in Zürich sowie am vom Schweizerischen Leichtathletik-Verband organisierten Nachwuchsrennen Mille Gruyère sichtbar.

Die Sortenorganisation Gruyère arbeitet ferner mit dem Europäischen Leichtathletikverband zwecks Beteiligung an von diesem organisierten Wettkämpfen eng zusammen.

Le Gruyère AOP unterstützt auch den Langlauf-Weltcup auf allen Kontinenten. Die Verkaufsförderung des Gruyère AOP in den nordischen Ländern stellt das strategische Ziel dieser Zusammenarbeit dar. Die Fernsehübertragungen helfen, den Bekanntheitsgrad der Marke zu festigen. Die Gruyère European Curling Championships in Helsingborg/Schweden wurden Ende November ausgetragen. Die weltweit ausgestrahlten Bilder verschaffen der Marke eine hervorragende Werbepräsenz.

LE GRUYERE®

SWITZERLAND

Le Gruyère AOP sponsert während der ganzen Wintersaison das Team des HC Fribourg-Gottéron

an der Schweizer Eishockey-Meisterschaft. Bei jedem Heimspiel wird dabei Fondue als Hauptgericht serviert.

Jedes Unternehmen muss heute auch ein digitales Unternehmen sein. Die neuen Technologien machen es möglich, jederzeit und überall verbunden zu sein. Die überwiegende Mehrheit der Kunden überprüft zunächst das Online-Image des Gruyère AOP, bevor sie ihn kauft und verwendet. Alle Aktivitäten werden durch die Website www.gruyere.com unterstützt, die in neun verschiedene Sprache übersetzt ist. Im September wurde ein Projekt lanciert, um die Website vollständig zu überarbeiten mit dem Ziel, die emotionale Bindung zwischen Konsumentenkreisen und der Marke zu stärken. Um überzeugend und effizient zu sein und die Bekanntheit der Marke Le Gruyère AOP zu konsolidieren, ist es unerlässlich, sich in den neuen Medien wie Instagram, Facebook und Pinterest hervorzuheben.

All diese über das Jahr verteilten Aktivitäten fördern die Verkäufe des Gruyère AOP in der Schweiz und auf der ganzen Welt. Ergänzt werden sie durch zahlreiche PR-Aktivitäten, Besuche ausländischer Verkaufsleiter und Journalisten aus verschiedenen europäischen Ländern und Übersee in der Maison du Gruyère, einem der Aushängeschilder des Gruyère AOP. Dieses Gebäude beherbergt nicht nur den Sitz der Sortenorganisation, sondern auch die Ausstellung über die Herstellung des Käses, welche im Jahr 2019 über 670'000 Besucherinnen und Besucher angezogen hat. In jeder Region des Gruyère-Gebiets tragen zudem gewisse Käsereien über Besuchergalerien zur Verkaufsförderung des Gruyère AOP bei, so die Käsereien von Les Ponts-de-Martel im Kanton Neuenburg, von Montricher im Kanton Waadt oder auch von Le Noirmont im Kanton Jura.

Die Sortenorganisation nimmt aktiv an den Kursen der Käseschule Schweiz teil, die für die Westschweiz im Gebäude der Maison du Gruyère durchgeführt werden. An diesen Kursen geht es um Käsekunde, das Schneiden und Präsentieren der Schweizer Käse.

Ohne diese globalen Marketingaktivitäten hätte der Gruyère AOP weder seinen Platz noch den aktuellen Bekanntheitsgrad. Die nationale Verkaufsmenge von 17'573 Tonnen entspricht 58 % der Gesamtverkäufe des Gruyère AOP. Der Rest, d. h. 12'685 Tonnen, wird in 55 Länder exportiert.

Jede Verkaufsförderung ist vergeblich, wenn sie sich nicht auf ein Qualitätsprodukt stützt. In diesem Sinne ist die Arbeit der ganzen Wertschöpfungskette für den Fortbestand der Marke überlebenswichtig. Dank seines Geschmacks und seiner Qualität entscheiden sich die Konsumentinnen und Konsumenten für den Gruyère AOP und bleiben ihm treu. Die Herausforderung besteht darin, diese Strategie beizu-

behalten, um dem Gruyère AOP seinen Platz in der Schweiz weiterhin zu sichern und die Marktanteile im Ausland auszubauen.





# Veranstaltungen 2019

Januar bis März 2019

Giant Xtour

9. bis 12. Januar 2019

Swiss Expo, Lausanne

13. bis 15. Januar 2019

Winter Fancy Food Show, San Francisco

30. Januar 2019

Finale Bocuse d'Or, Lyon, Frankreich

8. bis 17. Februar 2019

Muba, Basel

10. Februar 2019

Trophée des Gastlosen

23. Februar bis 3. März 2019

Salon International de l'Agriculture de Paris (SIA)

März bis September 2019

Regionalfinale Mille Gruyère

1. bis 3. März 2019

Leichtathletik-Halleneuropameisterschaften, Glasgow

2. März 2019

Expo Bulle

2. und 3. März 2019

Diablerets 3D

16. und 17. März 2019

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

16. bis 24. März 2019

World Women's Curling Championship 2019, Silkeborg, Danemark

9. bis 13. April 2019

Zermatt Unplugged

24. April bis 29. Mai 2019

BCN Tour, Neuenburg

26. April bis 5. Mai 2019

LUGA, Luzern

26. bis 5. Mai 2019

BEA, Bern

Mai bis September 2019

Wake Up and Run

2. bis 5. Mai 2019

Concours Mondial de Bruxelles, Aigle

31. Mai bis 2. Juni 2019

Wine and Food Show Melbourne, Australian

8. und 9. Juni 2019

Tage des Offenen Weinkellers im Kanton Waadt

13. bis 15. Juni 2019

Sierre Blues Festival

21. bis 23. juni 2019

Wine and Food Show Sydney, Australian

23. bis 25. Juni 2019

Summer Fancy Food Show, New York

28. und 29. Juni 2019

Mondial du Chasselas, Aigle

3. bis 21. Juli 2019

100-jähriges Bestehen der Fédération Vaudoise des Jeunesses Campagnardes, Savigny

5. Juli 2019

Athletissima, Lausanne

7. Juli 2019

Berglauf-Europameisterschaften, Zermatt

11. bis 14. Juli 2019

Leichtathletik-U23-Europameisterschaften, Schweden

14. Juli 2019

Slow Up, La Gruyère

18. bis 21. Juli 2019

Leichtathletik-U20-Europameisterschaften, Schweden

18. Juli bis 11 August 2019

Winzerfest, Vevey



#### 23. bis 28. Juli 2019

Paléo Festival, Nyon

#### 9. bis 11. August 2019

Leichtathletik-Team-Europameisterschaft, Polen

#### 10. bis 17. August 2019

FIFAD, Festival International du Film Alpin, Les Diablerets

#### 14. August bis 11. September 2019

Groupe ETour, Fribourg

#### 27. bis 29. August 2019

Weltklasse, Zürich

#### 5. bis 10. September 2019

Herstellung am Bahnhof Zürich /Terroir VD

#### 12. bis 15. September 2019

Gourmesse, Zürich

#### 13. und 14. September 2019

OpenBike, Haute Gruyère

#### 20. bis 23. September 2019

Cheese Festival Foire von Bra, Italien

#### 27. September bis 6. Oktober 2019

Foire du Valais, Martigny

#### 2. Oktober 2019

Verleihung von Auszeichnungen der Sortenorganisation Gruyère, Grangeneuve

#### 5. bis 9. Oktober 2019

Anuga, Deutschland

#### 10. bis 20. Oktober 2019

OLMA, St. Gallen

#### 25. bis 28. Oktober 2019

Wine and Food Show Brisbane, Australien

#### 30. Oktober bis 3. November 2019

Messe Goûts et Terroirs, Bulle

#### November 2019 bis März 2020

Langlauf-Weltcup

#### 8. und 9. November 2019

Vully Blues Festival, Praz

#### 8. bis 17. November 2019

Les Automnales, Genf

#### 15. bis 23. November 2019

Le Gruyère European Curling Championship, Schweden

#### 16. November 2019

Le Mondial de la Fondue, Tartegnin

#### 16. Novembre 2019

1. SwissSkills, Milchtechnologen

#### 20. bis 24. November 2019

Festival des Rencontres de l'Aventure, La Tour-de-Trême

#### 29. November bis 1. Dezember 2019

Food Expo, Bern

#### 29. November bis 30. Dezember 2019

Weihnachtsdorf Lüttich, Belgien

#### 30. November 2019

Tchiiz Festival, Gruyère

#### Dezember 2019 bis März 2020

Kids Nordic Tour, Romandie

#### 5. und 7. Dezember 2019

Les Pintes Ouvertes im Kanton Waadt

#### 6. bis 7. Dezember 2019

Junior expo Bulle

#### 8. Dezember 2018

Crosslauf-Europameisterschaften (Leichtathletik), Portugal

#### Wintersaison

Fribourg-Gottéron

#### **Ganzes Jahr hindurch**

Werbung auf allen Elektrobussen in Zermatt Auf sämtlichen Abflügen der SWISS ab der Schweiz wird in der Business Class Schweizer Käse serviert



# Organe der Sortenorganisation Gruyère

Unter dem Präsidium von Oswald Kessler, der 2019 vom Vorstand wiedergewählt wurde, hat die Sortenorganisation Gruyère ihre verschiedenen organisatorischen und administrativen Aufgaben fortgesetzt. Das Bureau traf sich zu vier Sitzungen, um die Tätigkeiten des Vorstandes zu koordinieren sowie die Personalpolitik festzulegen.

Der Vorstand tagte insgesamt zwölf Mal; zwei Tage waren einer Klausurtagung im Hotel Les Endroits in La Chaux-de-Fonds gewidmet. In diesem Rahmen wurden die Leitlinien der Arbeit der Sortenorganisation erneut diskutiert. Die Vision zeichnet sich aus durch eine strenge Mengenführung und eine lückenlose Rückverfolgbarkeit unter Aufrechterhaltung, ja sogar Erhöhung der Preise des Endprodukts und der Milch. Ausserdem muss die Marke «Le Gruyère AOP Switzerland»

das Zugpferd für jegliche Aktivität darstellen. Erwähnt wurde auch eine bevorstehende Studie zur Zukunft der Wertschöpfungskette, ihrer Aktivität und ihres Marketings. Der Vorstand sprach sich zudem zur Vernehmlassung zur AP22+ aus und erklärte die Unterstützung der Verdoppelung der Siloverzichtszulage auf 6 Rp. pro Kilo Milch sowie der Aufrechterhaltung der Verkäsungszulage von 15 Rp. mit einer Abstufung nach Fettgehalt. Im Laufe des Jahrs wurde beschlossen, diese umfassende Analyse zur Funktionsweise und Zukunft der Wertschöpfungskette durchzuführen. Eine im Bereich der AOP-Produkte sowie der Lebensmittel- und Industriebranche erfahrene französische Agentur wurde mit dem Mandat beauftragt. Die Themen werden mit der gesamten Wertschöpfungskette behandelt. Erste Resultate werden im Verlaufe des Jahrs 2020 diskutiert. Der Vorstand befasste sich mit der Marktentwicklung und unterstützte eine

#### Vergleich der Entwicklung der Vorräte (Ende März 2020) in Tonnen





strenge und lückenlose Anwendung des Pflichtenheftes. Auf der Grundlage der zur Verfügung stehenden Instrumente haben die Organe der Sortenorganisation Gruyère die Produktionsmengen bei 101 % der 2019 zugeteilten Basisquote halten können. Um die Verkaufsschwankungen im Zusammenhang mit der Produktion und Entwicklung der Lager optimal analysieren zu können, stützt sich der Vorstand auf das neue Dokument unter dem Titel «Cockpit». Die ermittelten Indikatoren wurden präzisiert, um eine noch gezieltere kurz- bis mittelfristige Bewirtschaftung herbeizuführen.

Die im Vorstand vertretenen Produzenten führen auf der Grundlage eines Mandats zur Definition des Handwerks in der Milchproduktion zur Herstellung von Gruyère AOP eine Studie durch. Dabei geht es darum, die Konturen der Nachhaltigkeit innerhalb der landwirtschaftlichen Betriebe zu schärfen. Erste Ergebnisse dieser Studie wurden vorerst dem Bureau, dann dem Vorstand vorgelegt. Dieses schwer fassbare Thema wird auch im Laufe des Jahrs 2020 wieder aufgenommen, damit es innerhalb der Wertschöpfungskette angewandt werden und der Milchproduktion eine Zukunft garantieren kann.

Die Delegiertenversammlung tagte zwei Mal. Eine der Versammlungen fand im Frühling in St-Cierges statt. Dabei wurden die Jahresrechnung und der Jahresbericht verabschiedet sowie die verschiedenen Organe gemäss Statuten erneuert. An der zweiten Sitzung im Herbst wurden vor allem die Produktionsmengen für das Jahr 2020 besprochen und das Budget genehmigt. Die für das aktuelle Jahr beschlossenen Mengen belaufen sich für die verschiedenen Käsereien auf 100 %, mit einer Erhöhung in zwei Satelliten. Damit wird es möglich, die Problematik der Einhaltung der Regeln der Sortenorganisation und des Pflichtenheftes in Verbindung mit den zum Zeitpunkt der AOP-Anerkennung im Jahr 2001 eingeführten Übergangsbestimmungen abschliessend zu klären. Gleichzeitig hat die Delegiertenversammlung einer bedeutenden Produktionserhöhung von Gruyère AOP Bio auf rund 110 Tonnen an den bestehenden Standorten und rund 60 Tonnen an einem neuen Standort zugestimmt. Uberdies wurde beschlossen, im Rahmen des Baus einer neuen Käserei in Châtel-St-Denis für das Jahr 2022 eine Menge zuzuteilen. Dieser Punkt wird detailliert unter dem Kapitel Biokommission behandelt.

Die Alpkommission, deren Ziel es ist, sich insbesondere mit der Ursprungsbezeichnung «Le Gruyère d'Alpage AOP» zu befassen, tagte zwei Mal. Aufgrund der erfreulichen Marktlage war es im Frühling möglich, die temporär im Jahr 2018 zugeteilten 3 % für die Sommerproduktion definitiv zu bestätigen. Die verschiedenen Qualitäts- und Typizitätsfragen der Alp wurden in diesem Rahmen eben-

falls diskutiert. Im Jahr 2020 wird auf der Riggisalp im Sensebezirk neu produziert.

Die Biokommission traf sich zu vier Sitzungen. Während mehreren Jahren war eine der vorherrschenden Problematiken eine rückläufige Verwertung von 50 bis 100 Tonnen Bio. Seit Ende 2018 ist eine gegenläufige Tendenz mit einem Warenmanko in diesem Marktsegment festzustellen. Aus diesem Grund hat die Kommission analysiert, wie eine relativ schnelle Mengenerhöhung zur Versorgung der verschiedenen Märkte in der Schweiz oder teilweise im Ausland erfolgen kann. Die Regel besagt, dass zusätzliche Biomengen nur bestehenden Lieferanten oder neuen Produzenten zugeteilt werden, die das AOP-Pflichtenheft und auch das Bio-Pflichtenheft per 1. Januar 2020 vollumfänglich erfüllen. Es war möglich, in einem ersten Schritt zusätzliche Mengen innerhalb bestehender Käsereien zu definieren, indem die Kapazitäten der Kessi genutzt wurden. In einem zweiten Schritt wurde einer Gruyère AOP Käserei im Kanton Neuenburg die Möglichkeit eingeräumt, ein Kessi Gruyère AOP Bio zu herzustellen. Dies generierte per 1. Januar 2020 eine Zusatzmenge von rund 170 Tonnen Gruyère AOP Bio und führt zu einer Gesamtmenge von derzeit 1'300 Tonnen. Wie bereits erwähnt, wird aufgrund des Baus einer neuen Käserei in Châtel-St-Denis Anfang 2022 mehr Menge produziert werden.

Die Marketingkommission traf zu drei Sitzungen zusammen. Sie richtete ihr Hauptaugenmerk auf die Verkaufsförderung auf den verschiedenen internationalen Märkten, wo der Gruyère AOP präsent ist, und damit auf die Bestimmung einer gewissen Priorität. Sie definierte zudem eine neue Kampagne für den Inlandmarkt. Die Funktionsweise und die Zusammensetzung dieser Kommission werden künftig präzisiert werden müssen.

Die Planungskommission traf sich drei Mal. Eine Problematik war die Erhöhung der Gruyère AOP Bio Mengen, aber auch die Planung neuer Käsereien und damit einhergehend deren Gruyère AOP Mengen. Diese Kommission muss sich auch die Frage stellen, wie künftig vorgegangen werden muss, um die Mengen unter klarer und präziser Einhaltung des Pflichtenheftes zu erhöhen. Gegen die Entscheide der Planungskommission kann Beschwerde erhoben werden. Diesbezüglich tagte die Rekurskommission zwei Mal und wies die dabei eingereichten Beschwerden bis auf einen Rekurs ab.

Die Qualitätskommission kam zu drei Sitzungen zusammen. Sie befasste sich hauptsächlich mit der Qualitätsentwicklung des Gruyère AOP, die wie im entsprechenden Kapitel zu lesen ist, generell sehr gut ist. Es muss jedoch darauf geachtet werden, dass der handwerkliche Charakter des



Produktionsprozesses erhalten bleibt, der den unvergleichlichen Geschmack des Gruyère AOP prägt. Treten besondere Probleme in Käsereien auf, begleitet eine Ad-hoc-Kommission die betroffenen Betriebe und schlägt Lösungen vor. Eine Kommission dieses Typs trat einmal zusammen. Bei den Arbeiten im Zusammenhang mit der Qualität wurde in Abstimmung mit dem Vorstand eine gewisse automatisierte Fütterung akzeptiert.

Im Qualitätssektor wurde das Thema der Herkunftsnachweiskulturen und der Kennzeichnung auf der Käseoberfläche in Zusammenarbeit mit der Forschung verstärkt aufgegriffen. Ziel ist es, die Identifizierung und globale Rückverfolgbarkeit des Gruyère AOP auf dem Markt zu stärken. Sichtbare Ergebnisse sollten im Verlaufe des zweiten Halbjahres 2020 oder Anfang 2021 vorliegen.

Die Geschäftsstelle wird von Direktor Philippe Bardet und Vizedirektor Marc Gendre geleitet. Letzterer leitet den Qualitätssektor, bei dem sich Thierry Bize und Christophe Magne die Arbeiten teilen. Dieser Sektor arbeitet mit den verschiedenen Qualitätsförderstellen - CASEi, Argha und Agroscope - zusammen. Die Marketingabteilung unter der Leitung des Direktors war während eines Jahrs nicht besetzt. Sie konnte aber auf die Unterstützung von Frau Catherine Merian, Anaïs Grandjean und Marie L'Homme sowie auf jene von Herrn Philippe Gremaud und Denis Kaser zählen. Dieses Team konnte die verschiedenen Aufgaben wahrnehmen, die im Kapitel Marketing beschrieben sind.

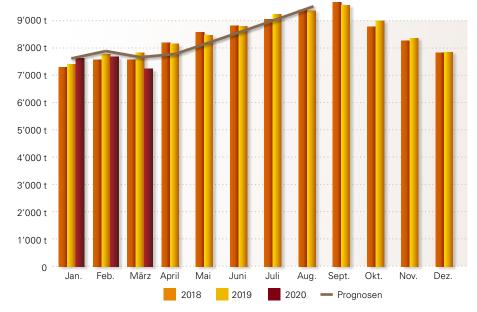
Was die Bewirtschaftung der Werbemittel anbelangt, so kann die Wertschöpfungskette weiterhin auf Herrn Meinrad Gaillard zählen.

Das Sekretariat wird von Frau Christine Grandjean und Julie Sudan geführt. Aufgrund einer krankheitsbedingten Abwesenheit wurde diese Abteilung Ende Jahr durch Frau Anouk Désobry unterstützt.

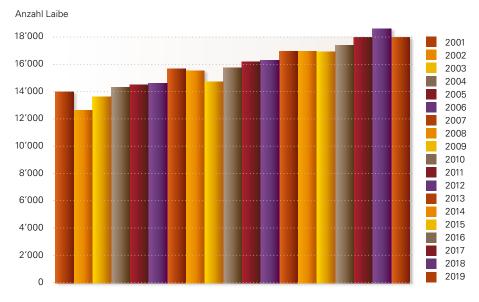
Die Buchhaltung wird zu je 50 % durch Frau Magali Vuichard und Sandry Uldry geführt.

Dieses motivierte Team wird seine Arbeit im Bereich der Absatzförderung und zum Schutz des Gruyère AOP im Jahr 2020 mit grossem Enthusiasmus weiterführen.

# Vergleich der Entwicklung der Vorräte ohne Alpbewirtschaftung (Ende März 2020) in Tonnen



#### Vergleich der Alpproduktion (Kaseinmarke)





Vorstand in Zusammensetzung zum 31. Dezember 2019

# **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	Didier Germain#* René Pernet Adrian Scheidegger Nicolas Schmoutz	Les Ponts-de-Martel Peney-le-Jorat Niedermuhren Mézières FR
Affineure	Jean-Marc Collomb Gilles Margot* Jean-Charles Michaud Ralph Perroud	Fromco SA, Moudon Margot Fromages SA, Yverdon Mifroma SA, Ursy Fromage Gruyère SA, Bulle
Gäste	Jean-Pierre Huguenin Olivier Isler Daniel Koller Roland Sahli¹	Avocat, Boudry Fromarte, Bern SMP, Bern Gourmino AG, Lenzburg

<sup>#</sup> Vizepräsident\* Mitglied des Bureaus

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Koordinator der Affineure

# Perspektiven 2020

Im Jahr 2020 werden die Organe der Sortenorganisation Gruyère versuchen müssen, die problematischen Auswirkungen des Covid-19 auf den Verkauf und die Promotion des Gruyère AOP zu lösen. Dies wird auf der Grundlage folgender, früher festgelegter Prinzipien geschehen:

#### Quantität

- Anwendung eines Mengenmanagement- und Planungsinstruments (Cockpit), das auf Transparenz und Vertrauen basiert.
   Ziel ist ein qualitatives Wachstum. -> Die Alarmschwellen der Lager, der Produktion und des Absatzes werden laufend überprüft, um bestmöglich auf die Marktnachfrage reagieren zu können.
- Stärkung der Massnahmen und Entscheidungen zur Einhaltung der Regeln und zur Bekämpfung der Nachahmungen. -> Die Sortenorganisation Gruyère und die Schweizerische Vereinigung der AOP-IGP werden die Umsetzung der Motion Savary fordern, wonach innerhalb der Branchenorganisationen vereidigte Kontrollbeauftragte eingesetzt werden.

#### Qualität

- Einführung eines Systems zur Qualitätsüberwachung bis zum Verkaufspunkt (produktimmanente Qualität und Gesamtqualität), unter Berücksichtigung der Erwartungen des Konsumenten (Panel). -> Im Anschluss an die von der Hochschule für Agrar, Forst- und Lebensmittelwissenschaften (HAFL) in Zollikofen durchgeführten Studien erfolgt eine genaue Qualitätskontrolle.
- Einführung eines Monitorings der Entwicklung der Produktionsund Anlagentechniken im Zusammenhang mit der Qualität des Gruyère AOP. -> Es findet eine Zusammenarbeit mit den Forschungs- und Beratungsinstanzen Agroscope, Arqha und CASEi statt.

#### Rentabilität

- Gewährleistung der Rentabilität der Wertschöpfungskette, ihrer Akteure und ihrer Verwaltung. -> Im ersten Halbjahr wurde innerhalb der Wertschöpfungskette eine Preiserhöhung vorgenommen.
- 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 Problematik des Handwerks und der Nachhaltigkeit werden in jeder Gruppe analysiert werden müssen. Insbesondere geht es darum, den Unterschied zwischen einem Berufsstand der AOP-Wertschöpfungskette und einer allgemeinen Produktion herauszustreichen.
- Analyse und Definition der Inhalte, die man dem Kunden und dem Konsumenten vermitteln will.
   Diese Vertiefungs- und Analysearbeit kann sich auf eine erfreuliche Feststellung stützen: Ganz zu Beginn der Covid-19 Pandemie wurde der Gruyère AOP als sicherer Hafen angesehen.

#### Marke und Marketing

- Erarbeitung einer klaren Marken- und Marketingstrategie, gestützt auf eine objektive Analyse der aktuellen Lage. -> Im Lichte der jüngsten Ereignisse wird eine Strategie, die sich auf die Leitlinien der guten Herstellungspraxis und das Pflichtenheft stützt, definiert
- Stärkung der Marketingstruktur der Sortenorganisation Gruyère durch Neudefinition der Ziele, Aufgaben und Verantwortung der betroffenen Akteure.
- Realisierung eines Kommunikationskonzepts und einer neuen Stossrichtung der Werbung für die Schweiz, die sich gegebenenfalls für andere Märkte eignen.

#### Zukunft der Sortenorganisation Gruyère

- Umsetzung eines Risikoanalysesystems für die Sortenorganisation Gruyère (Riskmanagement) unter Einbezug der Problematik im Zusammenhang mit der Pandemie.
- Förderung der Identifikation der Mitglieder der Wertschöpfungskette, der sie angehören. -> Jedes Mitglied der Wertschöpfungskette rückt die Marke Le Gruyère AOP Switzerland in den Vordergrund. Analyse des Ergebnisses der Umfrage betreffend die Zusammenarbeit innerhalb der Wertschöpfungskette und die Verkaufsförderung des Gruyère AOP Switzerland.

Die Sortenorganisation will diese Aufgabe wahrnehmen, damit der Gruyère AOP im Interesse des Konsumenten weiterentwickelt wird. Dabei soll der wirtschaftliche Mehrwert in ausgewogener Weise auf alle Akteure, die sich täglich für dieses edle Produkt einsetzen, aufgeteilt werden.

# Zusammenfassung der Aufteilung des gesamten Produktionspotentials des Gruyère AOP nach Käserei und Kanton für das Jahr 2019 (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	15'037'389	51.25	82	375′607	28.90	4	15'412'996	50.30	201′283	35.40	32	15'614'279	50.03	114
VD	8′273′136	28.20	39	341′608	26.28	3*	8′614′744	28.11	346′250	60.89	21	8'960'994	28.71	61
NE	2'875'802	9.80	15	171′367	13.18	2	3'047'169	9.94				3'047'169	9.76	16
JU	701'810	2.39	3	156′814	12.06	1	858'624	2.80				858'624	2.75	3
JUBE + Abs.	880'616	3.00	5	101′751	7.83	1	982′367	3.21	21′128	3.72	3	1′003′495	3.22	8
BE	947'463	3.23	8	132'680	10.21	1	1′080′143	3.53				1′080′143	3.46	8
Andere Kantone	625′516	2.13	6	20'000	1.54	1	645′516	2.11				645′516	2.07	7
Total	29′341′732	100.00	158	1′299′827	100.00	13*	30′641′559	100.00	568'661	100.00	56	31′210′220	100.00	217

<sup>\*</sup> Das Total der Käsereien mit Bioproduktion umfasst 12 Käsereien mit trad. und biol. Gruyèreproduktion und eine Käserei mit ausschliesslicher Bioproduktion.