

l'oiseau

Bulletin trimestriel de l'Interprofession du Gruyère AOC
Trimesterschrift des Gruyère AOC

Prix du Gruyère AOC Opinions contrastées



***Preis des Gruyère AOC
Gegenteilige Ansichten***

Wer sich oft mutwillig in Gefahr bringt, kommt darin um

Die Kollegen, die jeweils an den Delegiertenversammlungen der Sortenorganisation Gruyère teilnehmen, beginnen mich zu kennen und sie wissen, dass es mir Freude bereitet, in meine Ausführungen Zitate, Sprichwörter und Fabeln einzustreuen.

Unmittelbar nach der letzten Versammlung ist mir das französische Sprichwort in den Sinn gekommen: „Wer sich oft mutwillig in Gefahr bringt, kommt darin um.“ Im vorliegenden Fall handelt es sich um die von der Milch ausgehende Gefahr.

Erstmals in ihrer elfjährigen Geschichte ist es der Delegiertenversammlung nicht gelungen, für die bescheidene Forderung der Milchproduzenten, die ich als gerechtfertigt beurteile, den Preis des Käses ein wenig anzuheben, was eine angemessene Entlohnung ihrer Arbeit bewirkt hätte. Dieser Antrag stand im Zusammenhang mit der von den Behörden beschlossenen

Kürzung der Beiträge. Die Zustimmung dazu hätte gestattet, die bedeutenden Kostensteigerungen beim Aufwand sowohl bei den Landwirten als auch bei den Käsern auszugleichen.

Als aufmerksamer Präsident, der ich sein möchte, muss ich anerkennen, dass die Argumente des Handels nicht bar jeglicher Sachlichkeit waren. Wenn man zwei verschiedenartigen Behauptungen gegenübersteht, die ebenso gegensätzlich wie überzeugend wirken, wird nach einem Vergleich gesucht, der vom Direktor dargestellt wurde, der aber leider keine Gnade fand.

Was also tun? Die Verhandlungen weiterführen, indem die Partner unserer Organisation um einen Tisch versammelt oder indem unsere Marketingmassnahmen so verbessert werden, dass die Abnehmer von der Notwendigkeit des Kaufs unseres Erzeugnisses überzeugt sind. Die Gewaltanwendung, mit der man uns droht, ist eine ungeeignete Ratgeberin und sie würde lediglich zu schlechten und trügerischen Lösungen führen. Es ist zu hören, dass die Erhöhung der Industriemilch um sechs Rappen, die zu Beginn des Sommers erreicht wurde, nicht von Dauer sein würde, denn der

Markt lasse dies nicht zu. Warten wir ab!

Man muss sich also bemühen, den Dialog aufrecht zu erhalten, was meines Erachtens in der nächsten Zeit geschehen wird. Gleichzeitig müssen wir unsere Aufmerksamkeit dem Absatzfluss zuwenden, dessen Unregelmässigkeit die Affineure stört. Ausserdem hängt viel von der Qualität unseres Gruyère ab sowie von der Möglichkeit, die produzierten Mengen im Rahmen der gegenwärtig festgelegten Zahlen zu halten.

Es ist auch gegen die unerlaubte Hartkäseproduktion vorzugehen, die im Schutze der Anonymität sowie bei völliger Gleichgültigkeit der Behörden erfolgt und unser Erzeugnis bedroht.

Gemeinsam sind wir stärker. Dieser oft wiederholte Satz muss in den nächsten Monaten unsere Losung sein, um unsere Sortenorganisation aus der Sackgasse zu führen, in der sie gegenwärtig steckt. Die Mithilfe von Ihnen allen ist unumgänglich.

Danke!

Pierre Dubois
Präsident der
Sortenorganisation



p.4

Prix du Gruyère AOC

Opinions contrastées



p.22

Promotion

en Suisse allemande



p. 16

Certification OIC et IPG

Une collaboration fructueuse



p.26

Concours

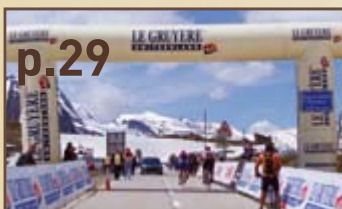
et coup de chapeau



p. 18

Inauguration

chez FROMCO



p.29

Rétrospective

Inhalt

Preis der Gruyère AOC
Gegenteilige Ansichten (S. 8)

Zweimalige tägliche
Milcheinlieferung (S. 14)

Interkantonale
Zertifizierungstelle (S. 17)

Einweihung
Fromco, Moudon (S.19)

Multimedia-Aufführung
Schloss Gruyères
(S. 21)

Förderung des Gruyère AOC
in der deutschen Schweiz (S. 24)

Wettbewerbe und Glückswünsche
(S. 26)

Rezepte (S. 27-28)

Rückblick und Kalender
(S. 32-34)

Urs Kolly - Olympiasieger
(S. 35)



Tant va la cruche à l'eau...

Les délégués qui participent aux assemblées de délégués de l'Interprofession commencent à me connaître et ils savent que j'affectionne les citations, proverbes et autres fables de notre culture française.

Après la dernière réunion, ce proverbe m'est aussitôt venu à l'esprit : «Tant va la cruche à l'eau qu'à la fin, elle se brise». En l'occurrence, on eût dû plutôt évoquer le lait que l'onde, mais le principe reste le même.

Ainsi, pour la première fois de son histoire qui dure depuis 11 ans, l'assemblée des délégués n'a pas pu trouver une solution à la revendication modeste, et j'estime légitime, des producteurs de hausser quelque peu le prix du fromage ce qui aurait permis une équitable rémunération de leur labeur. Celle-ci s'inscrivant dans un contexte de diminution des soutiens consentis par les pouvoirs publics. Elle aurait aussi permis de compenser les hausses importantes du coût des intrants aussi bien pour les agriculteurs que pour les fromagers.

Mais le président attentif que j'essaie d'être doit reconnaître que les arguments des vendeurs n'étaient pas dénués de pertinence. Aussi quand on entend deux thèses et que les différents points de vue sont aussi opposés que probants, on tente de trouver un compromis présenté par notre directeur, mais qui n'a pas trouvé grâce, hélas.

Alors que faire ? Poursuivre la négociation en réunissant les protagonistes de notre organisation et surtout s'employer à développer notre marketing pour convaincre les acheteurs d'acquiescer notre excellent produit. La violence dont on nous menace est mauvaise conseillère et elle n'aboutit qu'à des mauvaises et trompeuses solutions. On entend ainsi dire que la hausse de 6 ct. obtenue au début de l'été pour le lait industriel ne tiendra pas, car le marché n'y est pas favorable. Wait and see !

Mais il faut s'attacher à maintenir le dialogue ce qui sera le cas, me semble-t-il, ces prochains temps.

Parallèlement notre attention doit aussi se porter sur le flux des livraisons dont l'irrégularité perturbe les affineurs. Enfin, l'effort doit être continué sur la qualité de notre Gruyère AOC et les quantités produites maintenues dans les chiffres fixés actuellement.

De plus, des interventions doivent se faire pour canaliser cette production sauvage de pâte dure qui menace notre produit sous le couvert de l'anonymat et dans l'indifférence totale des autorités.

Ensemble, nous sommes plus forts. Cette phrase souvent prononcée doit conduire notre action ces prochains mois pour sortir notre Interprofession de l'impasse où elle se meut actuellement. Je compte sur vous.

Merci.

Pierre Dubois
Président de
l'Interprofession



Prix du Gruyère AOC

opinions contrastées

L'Assemblée des délégués du 16 septembre fait figure d'événement que l'on souhaiterait oublier au plus vite. Mais se cacher la réalité ne déboucherait sur rien de constructif. Pour comprendre comment et pourquoi les discussions n'ont pas abouti sur un accord solide, L'Oiseau a interrogé un délégué de chaque collège quelques jours avant et après l'assemblée.

Othmar Raemy
affineur, 10 septembre 2008

Augmenter le prix du lait n'est tout simplement pas possible. Lorsqu'on observe les augmentations de charges qui ne cessent de progresser, nous y serions bien sûr favorables. On peut ainsi comprendre la demande des producteurs qui doivent eux aussi faire face à ces augmentations.

Mais l'analyse du marché et l'observation de sa tendance actuelle nous oblige à dire que toute hausse serait dangereuse pour notre produit. Pourquoi ?

D'abord parce que nous n'avons pas pu répercuter entièrement la dernière hausse de 70 ct par kilo décidée par la filière. La réaction du marché a en effet été forte si bien que les quantités vendues ont diminué et nous n'avons pu augmenter les prix que de 30 à 50 ct.

Nous constatons donc une diminution des ventes, à l'exportation notamment. Et il n'est pas possible de savoir si cette baisse va persister ou si elle n'est que passagère. Très concrètement, nous avons certes une hausse des exportations sur les sept premiers mois de l'année. Mais attention, la tendance s'est complètement retournée : de janvier à avril, la progression des ventes à l'étranger a été de près de 20 % ; de

mai à juillet, nous observons une baisse de 9,6 %.

Aujourd'hui, personne ne peut dire dans quelle direction les ventes vont se diriger. Le marché est instable, imprévisible, à l'étranger, mais en Suisse également. Et si on se fie à la situation économique actuelle et à la baisse du pouvoir d'achat chez nos voisins, il n'y a pas de quoi se montrer optimistes. Il faut se rappeler, qu'on le veuille ou non, que le Gruyère AOC figure dans la liste des produits qui ont un certain niveau de prix.

Nous avons un autre sujet d'inquiétude : la part de plus en plus grande que prennent d'autres fromages dans les préparations au fromage que l'on trouve dans le commerce et pour la gastronomie. Ici, ce sont surtout les quantités de 1B vendues qui en prennent un coup.



Dans cet affrontement, l'Interprofession essaie de maintenir la cohérence entre les trois collègues. Jusqu'à présent elle a plutôt bien réussi. Elle essaie d'avoir une solution cohérente concernant les conditions de mise en marché du lait et du fromage et elle y est bien parvenue. Il faut que ça continue. Les enjeux sont trop importants pour qu'on prenne le risque de détruire ce qu'on a patiemment réussi à mettre sur pied.

Othmar Raemy
affineur, 18 septembre 2008

Les affineurs déplorent l'état d'esprit qui a régné lors de cette journée du 16 septembre. Nous estimons qu'il n'est simplement plus possible de négocier dans des conditions pareilles. Nous devons revoir le principe de fonctionnement démocratique de notre institution. Il n'est pas normal qu'un groupe arrive de l'extérieur, envahisse la salle de négociation et se montre menaçant pour impressionner les négociateurs.

Cette attitude n'est pas admissible. Les producteurs ont nommé des délégués ;

ils font leur travail, parfois de façon musclée, mais cela reste toujours dans des limites admissibles. En revanche, face à un tel chantage et de telles menaces, toute discussion devient impossible.

Au-delà de cet aspect, je crois qu'il y a un manque d'informations. A écouter leurs propos, les contestataires ne sont pas au courant de la situation actuelle sur le marché. C'est à l'Interprofession d'informer de façon plus régulière sur les conditions et l'évolution du marché. Les choses se modifient parfois très vite et il ne suffit plus d'apporter l'information une fois par an dans le rapport annuel. L'Interprofession doit devenir le centre de compétences et d'informations sur tout ce qui touche le marché et la filière d'une façon générale. Il devient primordial que les membres de la filière reçoivent une information régulière, objective et équilibrée. Pour tenter d'envisager l'avenir, les affineurs ont demandé à rencontrer le président et la direction de l'Interprofession pour débattre avec eux du fonctionnement de l'organisation et de sa politique d'information. Nous voulons aussi que l'Interprofession définisse une stratégie marketing

avec des objectifs de quantité et de prix. Nous aimerions qu'on réfléchisse aux mesures à prendre quand le marché se rétracte. Quel accent mettre ? Baisser les prix ? Diminuer les quantités ? Instaurer des mesures de dégagement ? Nous devons être capables de jouer sur les trois tableaux.

Cela dit, il faut le redire : nous n'avons pas adopté notre position de gaîté de cœur. Tout le monde s'est pris dans la figure les hausses du carburant et nous sommes bien conscients que la situation est difficile pour les producteurs et les fromagers. Mais le marché ne nous laisse aucune souplesse. Je reçois aujourd'hui des demandes de gros client qui proposent un prix inférieur à celui payé au fromager à 3 mois. Ce sont des cas extrêmes qui je l'espère ne vont pas durer car la survie de l'entreprise serait compromise.

Or je crois que ce qui nous unit encore, c'est la volonté commune de faire vivre et de développer notre produit. Nous pouvons et nous devons y arriver malgré les concessions momentanées.



René Vonlanthen
producteur, 10 septembre 2008

Pour nous, producteurs, il doit y avoir une hausse du prix du lait. Au départ, nous souhaitions 10 ct, car il nous semblait normal de pouvoir, nous aussi, améliorer notre revenu dans un moment favorable. Et puis la situation a évolué sur les marchés ces tous derniers mois de façon moins positive. Nous avons ainsi diminué nos revendications et nous demandons 6 ct de hausse. On nous dit que c'est impossible. Tout est question d'analyse des critères : si l'on observe les stocks, on constate qu'ils sont effectivement bien remplis. Par contre, pour les exportations - qui représentent 40% du marché du Gruyère AOC - on constate quand même sur les trois derniers mois une baisse d'environ 10%. Ce fait a pour conséquence une forte pression pour ne pas augmenter les prix. Si la situation perdure dans cette tendance nous aurons des soucis de stocks, et risquons donc une restriction.

Nous nous retrouvons face à un sérieux problème : nous, producteurs, avons reçu des informations très positives jusqu'à ces derniers mois : les exportations fonctionnaient bien, les producteurs de lait industriel avaient obtenu 6 ct. Pour nous, face à l'augmentation de nos charges, c'était rassurant. Et puis, tout à coup, on nous dit que la situa-

tion s'est retournée et qu'on ne veut plus rien lâcher. Et pendant ce temps, nos coûts de production prennent l'ascenseur : l'engrais a doublé, l'électricité va augmenter, sans oublier le pétrole qui atteint des sommets. Nous avons ainsi de sérieuses pertes de marges et comme notre revenu stagne depuis des années, nous sommes mis en danger. Ce qui nous inquiète tout particulièrement, c'est le climat dans lequel nous travaillons. Il y a une énorme pression et l'attente des producteurs est importante. Nous avons trop souvent le sentiment que nos partenaires ont de la peine à faire un effort quand il s'agit des producteurs. C'est frustrant. D'une façon générale, le rôle de l'Interprofession est de défendre les intérêts du Gruyère AOC. Ceux-ci ne correspondent pas toujours à ceux de notre collègue, ni à ceux des autres d'ailleurs. Dans le cas particulier de la négociation de prix, il est indispensable que la direction de l'IPG fasse passer les informations aux membres de la filière, notamment sur l'évolution réelle des marchés, et joue son rôle de médiateur.

Aujourd'hui, avant l'assemblée du 16 septembre, nous sommes soucieux. Nous avons fixé des objectifs qui étaient raisonnables et dans la cible. Ils n'ont pas voulu entrer en matière. Nous avons essayé de sensibiliser nos partenaires, mais ils ne veulent pas bouger. C'est inquiétant.

René Vonlanthen
producteur, 22 septembre 2008

Nous sommes évidemment très déçus par l'issue de cette négociation. Le centime de hausse qui nous a été accordé sur la crème, ce n'est pratiquement rien face à la hausse de nos coûts de production. Je dirais que ce centime a tout de même le mérite d'exister.

Nous espérons que la négociation déboucherait sur une hausse plus consistante. Mais l'inflexibilité des affineurs ne nous a pas permis de progresser. Or, une partie de l'argumentation des affineurs ne tient pas. Ils ne cessent de parler de la baisse de 10% des exportations au cours de ces tous derniers mois. Mais, c'est oublier que nous réalisons plus de 60% de nos ventes en Suisse et que le marché interne reste porteur. Il n'y aurait pas de difficulté majeure à placer une hausse en Suisse.

Face à cet échec de la négociation, nous allons rester très attentifs à l'évolution des marchés. Mais surtout, nous allons maintenir la pression. Nous devons renégocier en vue du premier janvier où débutent les baisses de soutien de la Confédération.

Les discussions seront ardues, mais le dialogue doit demeurer notre priorité. Il n'est, pour nous, pas question de remettre en cause l'Interprofession,

comme certains le font. Le statut AOC du Gruyère en dépend. Le but de l'IPG est de garantir la traçabilité, de contrôler la qualité, de gérer les quantités et de promouvoir notre produit. Ces tâches sont essentielles. Les discussions quant aux conditions de mise en marché sont un plus. Nous avons toujours réussi à trouver une solution dans le cadre de l'Interprofession et c'est heureux. Mais s'il le fallait, il pourrait y avoir d'autres lieux de négociation pour déterminer ce prix.

Nous ne demandons pas l'impossible. Les producteurs reconnaissent que les 5 ct de hausse négociés à la fin de l'an dernier n'ont pas encore déployé tous leurs effets sur les marchés. Une certaine prudence s'impose sans doute, mais la recherche du consensus ne doit pas être à sens unique. Avec des positions rigides dès le départ, cela devient contreproductif et les négociations ne peuvent que se durcir.



De plus, nous voulons pouvoir négocier en nous basant uniquement sur la situation du Gruyère AOC. Nous avons senti dans les dernières discussions que les gros affineurs redoutaient un effet domino: s'ils disaient oui à une hausse pour le Gruyère AOC, ce pouvait être interprété comme un signal pour les autres négociations dans lesquelles ils sont impliqués, liées au lait industriel et à d'autres sortes de fromage. Pour nous, un tel état d'esprit n'est pas admissible.

On ne peut pas dire sans cesse aux producteurs d'une filière qui se porte plutôt bien: «on ne peut pas augmenter, ce n'est pas possible». Donc nous allons maintenir la pression. L'an dernier nos coûts de production ont augmenté de 4,3%. Au cours des 6 premiers mois de l'année, la progression s'est accélérée. C'est dire que la hausse du prix du lait obtenue l'an dernier a déjà été entièrement absorbée. Même si on peut espérer un tassement de la hausse pour la fin de l'an, nous devons obtenir une augmentation du prix du lait. Autrement, nous allons voir notre revenu diminuer une fois de plus. C'est mathématique.

Didier Germain fromager, 10 septembre 2008

Les conditions cadre vont beaucoup changer au premier janvier. Pour nous fromagers, il faut tenir compte de ces nouveaux paramètres. Nous devons donc mettre dans le panier de la négociation tous ces aspects, y compris les 250 francs supplémentaires de soutien à la vache laitière et la baisse du soutien sur le beurre. La hausse de 6 ct. proposée par les producteurs ne nous paraît pas possible. De plus, ce montant ne correspond à rien pour la filière du Gruyère AOC. Les stocks sont certes à un niveau convenable, mais les perspectives de ventes ne sont pas favorables. En décidant d'une telle hausse, nous risquons de casser le produit. Nous avons connu cette mésaventure en 2002 et nous en avons subi les conséquences durant des mois et des mois.

Cela dit, les fromagers ont décidé de soutenir la proposition de l'administration de l'IPG, soit une hausse de 30 ct. par kg de fromage. Et cela pour tenir compte de la forte hausse des coûts de production enregistrés dans la filière. Mais comme les conditions actuelles ne sont favorables pour personne, nous aimerions que les producteurs s'engagent à entrer en matière sur une nouvelle clé de répartition des frais en cas de contraction du marché.

Ces 30 centimes, c'est aussi une tentative pour sortir de l'impasse. Le rôle de l'Interprofession, c'est précisément de trouver des compromis qui conviennent à chaque collègue. Il faut éviter qu'un des partenaires soit mis de côté. Mais il faut aussi que chacun y mette du sien et s'interdise d'avoir les yeux plus gros que le ventre.

Aujourd'hui, nous n'avons pas le choix. Nous devons trouver une solution. Dans ce contexte, l'administration de l'IPG occupe un rôle essentiel par sa neutralité et sa capacité à faire des propositions qui conviennent à tout le monde, ou en tout cas au plus grand nombre.

Aujourd'hui, je suis inquiet face à la situation qui est la nôtre. Négocier sous la pression, voire la menace, n'est tout simplement pas possible. Cela crispe toutes les positions. Or, pour que l'In-

terprofession remplisse son rôle, il faut non seulement que tous les maillons de la chaîne fonctionnent, il faut que chacun y mette du sien et fasse preuve d'ouverture.

Didier Germain fromager, 18 septembre 2008

Je ne suis pas vraiment surpris par cet échec de la négociation. Les fromagers espéraient que la dernière proposition faite par l'administration de l'IPG soit acceptée. Cela aurait été plus simple pour toute la filière, parce que la pression est très forte de toutes parts. Mais je constate que tout au long de la séance de négociation, le climat est resté plutôt bon, en tout cas correct. Les uns et les autres ont fait valoir leurs arguments. Il est clair que nous n'avions pas les moyens d'analyse et techniques de contredire le point de vue des affineurs. C'est après, à l'issue de la séance, que les choses se sont un peu gâtées.

Du côté des producteurs de lait, nous constatons qu'une partie d'entre eux se signale par des revendications radicales et son activisme. Mais, franchement, je ne crois pas que ces personnes soient représentatives de l'ensemble des producteurs, ni même d'une minorité significative d'entre eux. Les producteurs — comme les fromagers, d'ailleurs — savent que le vent est devenu un peu contraire. Dès lors, ce qu'il faut faire, c'est observer le marché et maintenir la pression sur les affineurs et le commerce. Nous attendons d'eux qu'ils agissent pour relancer les ventes. Ensuite dès qu'ils auront pu dégager quelques moyens, ils devront alors faire preuve d'ouverture pour permettre à l'ensemble de la filière de faire face à l'augmentation des charges.

Dans cette politique de relance, nous devons favoriser les instruments de marketing qui sont à disposition de l'Interprofession. Il ne faut jamais l'oublier : c'est le Gruyère AOC qui nous fait vivre. Si nous parvenons à bien le vendre, nous aurons nécessairement tous une marge meilleure. Et c'est ce à quoi nous devons tous travailler.



Preis des Gruyère AOC Gegenteilige Ansichten

Der Delegiertenversammlung vom 16. September kommt eine grundsätzliche Bedeutung zu, die man am liebsten vergessen möchte. Doch die Wirklichkeit verneinen führt keineswegs zu einem sinnvollen Ergebnis. L'Oiseau wollte deshalb klären, wie und warum die Verhandlungen nicht zu einem dauerhaften Einvernehmen geführt haben. Wir haben einige Tage vor und nach der Versammlung je einen Delegierten der drei Partner befragt.

Othmar Raemy
Affineur, 10. September 2008

Den Milchpreis erhöhen ist ganz einfach nicht möglich. Zieht man die Kosten in Betracht, die dauernd ansteigen, könnten wir gewiss zustimmen. Die Forderung der Milchproduzenten, welche diese Entwicklung zu meistern haben, ist also durchaus nachvollziehbar.

Doch die Marktanalyse und insbesondere die gegenwärtige Entwicklung

führen uns zur Schlussfolgerung, dass jede Erhöhung für unser Erzeugnis verhängnisvoll wäre. Warum?

Zunächst ist es uns nicht gelungen, die letzte von der Sortenorganisation beschlossene Preiserhöhung von 70 Rappen je Kilogramm vollumfänglich zu überwälzen. Der Markt hat sich heftig dagegen gewehrt. Die verkauften Mengen gingen zurück und wir konnten die Preise lediglich um 30 bis 50 Rappen anheben.

Wir müssen also einen Rückgang der Verkäufe hinnehmen, insbesondere im Export, und wir wissen nicht, ob dieser Abwärtstrend andauern wird oder ob es sich um eine vorübergehende Erscheinung handelt. Zahlenmässig stellen wir in den ersten sieben Monaten des Jahres wohl eine Zunahme der Exporte fest. Doch gilt es, vorsichtig zu sein, denn die Tendenz läuft in eine vollständig andere Richtung: von Januar bis April konnten wir im Export nahezu 20 Prozent mehr absetzen; hingegen mussten wir von Mai bis Juli einen Rückgang um 9,6 Prozent hinnehmen.

Heute kann niemand die künftige Entwicklung der Verkäufe voraussagen. Der Markt ist im Ausland, aber auch in der Schweiz unbeständig, unvorhersehbar. Und wenn man die heutige Konjunkturlage sowie den Kaufkraftverlust unserer Nachbarn beobachtet, kann kein Optimismus aufkommen. Ob man es wahr haben will oder nicht, es ist Tatsache, dass der Gruyère AOC auf der Liste jener Käse zu suchen ist, die einen höheren Preis aufweisen.

Wir haben einen andern Grund, besorgt zu sein: der immer grössere Anteil, den andere Käse in den Käsezubereitungen einnehmen, die im Handel und in der Gastronomie zu finden sind. Darunter leiden vor allem als IB verkaufte Mengen.

In dieser Konfrontation bemüht sich die Sortenorganisation, zwischen den drei Partnern einen Zusammenhalt zu erreichen. Bis heute ist dies redlich gelungen. Sie strebt um Bedingungen am Markt für Milch und Käse zu definieren, was sie gut erreicht hat. Dies muss weiterhin möglich sein.



Die Herausforderungen sind zu gross, als dass das Wagnis eingegangen wird, alles aufs Spiel zu setzen, was mit Geduld aufgebaut werden konnte.

Othmar Raemy
Affineur, 18. September 2008

Die Affineure bedauern den Geist, der anlässlich der Verhandlungen vom 16. September vorgeherrscht hat. Wir sind der Ansicht, dass es unter derartigen Bedingungen einfach nicht mehr möglich ist, zu verhandeln. Deshalb sind wir gehalten, die demokratische Arbeitsweise unserer Organisation zu überdenken. Es ist nicht zumutbar, dass eine Gruppe von Aussenstehenden herbeikommt, in den Verhandlungssaal strömt und sich drohend gebärdet, um die Delegierten zu beeindrucken.

Ein solches Verhalten ist nicht annehmbar. Die Milchproduzenten haben ihre Delegierten bezeichnet; diese verrichten ihre Arbeit, manchmal energisch, doch spielt sich dies immer in einem zulässigen Rahmen ab. Hingegen ist es nicht möglich, in einem Zustand der Erpressung und der Drohungen zu verhandeln. Abgesehen von dieser Bemerkung

glaube ich, dass es an Informationen fehlt. Hört man sich ihre Aussagen an, so muss gefolgert werden, dass sie über die gegenwärtige Marktlage nicht auf dem Laufenden sind. Es ist Aufgabe der Sortenorganisation, regelmässiger auf die Bedingungen und die Entwicklung des Marktes hinzuweisen. Die Lage entwickelt sich zuweilen sehr rasch und es genügt nicht mehr, jährlich einmal im Jahresbericht zu informieren. Die Sortenorganisation muss zum Kompetenz- und Informationszentrum für alles ausgebaut werden, was generell mit dem Markt und mit der Sortenorganisation zusammenhängt. Es erweist sich als unumgänglich, dass die Mitglieder der Sortenorganisation regelmässig, sachkundig und ausgeglichen informiert werden. Damit dies künftig durchgesetzt werden kann, haben die Affineure beim Präsidenten und bei der Direktion um ein Gespräch nachgesucht. Dabei soll die Funktionsweise der Organisation und der Informationspolitik erörtert werden. Ausserdem fordern wir, dass eine Marketingstrategie mit den Zielsetzungen betreffend Mengen und Preise erarbeitet wird. Wir regen an, dass darüber nachgedacht wird, welche Massnahmen zu ergreifen sind, falls der Markt Schwierigkeiten

bereitet. Welche Schwerpunkte sind zu setzen? Die Preise kürzen? Die Mengen drosseln? Verwertungsaktionen durchführen? Wir müssen in die Lage versetzt werden, jede geeignete Massnahme zu treffen.

Wir möchten festhalten, dass wir unsern Entscheid nicht leichten Herzens getroffen haben. Alle haben die Preiserhöhungen beim Heizöl und beim Treibstoff hinnehmen müssen und wir sind uns durchaus bewusst, dass die Lage auch für die Milchproduzenten und die Käser schwierig ist. Doch der Markt lässt kein Nachlassen zu. Heute erhalte ich von grossen Kunden Anfragen, die einen Preis vorschlagen, der tiefer liegt als jener, den der Käser für drei Monate alten Käse erhält. Es handelt sich wohl um extreme Fälle, die, so hoffe ich, nicht lange andauern werden, denn so könnte unser Betrieb nicht überleben.

Was uns aber noch eint, ist, so meine ich, der gemeinsame Wille, unser Erzeugnis leben und entwickeln zu lassen. Wir können und müssen dies trotz der gegenwärtigen Zugeständnisse erreichen.

**René Vonlanthen
Milchproduzent,
10. September 2008**

Für uns Milchproduzenten muss es eine Milchpreiserhöhung geben. Zu Beginn forderten wir 10 Rappen, denn es schien uns gerechtfertigt, dass auch wir zu einem geeigneten Zeitpunkt in den Genuss einer Verbesserung unseres Einkommens kommen sollten. Doch in den allerletzten Monaten entwickelte sich der Markt weniger gut. Deshalb haben wir unsere Forderungen nach unten angepasst und wir verlangen nun eine Erhöhung um 6 Rappen. Man sagt uns, dass dies nicht möglich sei. All dies ist eine Frage des anzuwendenden Massstabes: beurteilt man die Vorräte, so stellt man fest, dass sie gewiss hoch sind.

Hinsichtlich der Exporte (die 40 Prozent des Marktes des Gruyère AOC ausmachen) musste in den letzten drei Monaten ein Rückgang von etwa 10 Prozent hingenommen werden. Dies hat einen starken Druck ausgelöst, um die Preise nicht erhöhen zu müssen. Falls diese Entwicklung anhält, werden uns die Vorräte Sorgen bereiten und eine Einschränkung wird zu befürchten sein.

Wir stehen einem ernstem Problem gegenüber: wir Milchproduzenten haben bis in den letzten Monaten sehr positive Nachrichten erhalten, dass die Ausfuhr gute Ergebnisse zeitigte und dass die Lieferanten von Industriemilch 6 zusätzliche Rappen erhalten hätten. Für uns, die wir gegen steigende Kosten kämpfen müssen, wirkte dies beruhigend. Plötzlich wurde uns dann gesagt, dass sich die Lage verschlechtert habe und dass an ein Entgegenkommen nicht mehr zu denken sei. Und gleichzeitig steigen unsere Produktionskosten an: doppelter Aufwand für die Düngemittel, der Strom wird teurer, ohne das Erdöl zu vergessen, das Spitzenwerte erreicht. Dies verringert unsere Gewinnmarge und weil unser Einkommen seit Jahren gleich geblieben ist, spüren wir dies als Gefahr für unser berufliches Fortkommen.

Was uns vor allem beschäftigt, ist die Atmosphäre der Unruhe, in der wir arbeiten. Auf uns lastet eine gewaltiger Druck und die Erwartungen der Milchproduzenten sind bedeutend. Allzu oft haben wir den Eindruck, dass unsere

Partner Anstrengungen scheuen, wenn es um uns geht. Dies ist enttäuschend. Die Aufgabe der Sortenorganisation besteht im Allgemeinen darin, die Interessen des Gruyère AOC zu wahren. Diese stimmen oft weder mit den Erwartungen der Milchproduzenten noch mit jenen der andern Partner überein. Im besonderen Fall der Preisverhandlungen ist es unumgänglich, dass die Leitung der Sortenorganisation Gruyère die Informationen an die Mitglieder weiter gibt, vor allem jene über die wirkliche Entwicklung der Märkte, und dass sie ihre Aufgabe als Vermittlerin erfüllt.

Heute, kurz vor der Versammlung vom 16. September, sind wir besorgt. Wir haben Ziele gesetzt, die als vernünftig und ausgeglichen gelten. Unsere Partner wollten darauf nicht eintreten. Wir haben sie um Verständnis gebeten, aber sie wollen uns nicht zuhören. Dies erfüllt uns mit Sorge.

**René Vonlanthen
Milchproduzent,
22. September 2008**

Wir sind selbstverständlich vom Ausgang dieser Verhandlungen sehr enttäuscht. Die Erhöhung um einen Rappen auf dem Rahm, die uns zugestanden wurde, ist angesichts der angestiegenen Produktionskosten beinahe bedeutungslos. Allerdings sage ich, dass diesem Rappen doch das Verdienst zukommt, vorhanden zu sein.



Wir hofften, dass die Verhandlungen zu einem kräftigeren Anstieg des Milchpreises führen würden. Doch die Unnachgiebigkeit der Affineure hat uns nicht weiter geholfen. Ein Teil der Argumente der Affineure ist nicht

stichhaltig. Sie reden fortdauernd von einem Rückgang der Exporte um 10 Prozent im Laufe der letzten drei Monate. Aber es ist doch bekannt, dass wir 60 Prozent der Verkäufe in der Schweiz tätigen und dass der Inlandmarkt weiterhin gewinnträchtig ist. Einer Erhöhung der Preise in der Schweiz steht nichts im Weg.

Nach dem Misserfolg in den Verhandlungen werden wir die Lage auf den Märkten sehr aufmerksam verfolgen. Vor allem werden wir den Druck beibehalten. Im Hinblick auf den 1. Januar, also mit dem Beginn der Kürzung der Bundesbeiträge, werden wir neu verhandeln.

Die Verhandlungen werden zäh sein, aber das Gespräch muss im Vordergrund bleiben. Wir stellen die Sortenorganisation nicht in Frage, wie dies andere tun. Davon hängt nämlich die Ursprungsbezeichnung des Gruyère ab. Das Ziel der Sortenorganisation besteht darin, die Rückverfolgbarkeit zu sichern, die Qualität zu kontrollieren, die Mengen zu steuern und das Erzeugnis zu fördern. Diese Aufgaben sind grundlegend. Die Marktbedingungen stellen eine zusätzliche Aufgabe dar. Im Rahmen der Sortenorganisation ist es immer gelungen, für die Milch eine Lösung festzulegen, und dies ist gut so. Indessen könnte über diesen Preis auch an andern Orten verhandelt werden.

Wir fordern nichts Unmögliches. Die Milchproduzenten sehen ein, dass die Ende des letzten Jahres gewährten 5 Rappen auf dem Markt noch nicht ihre volle Wirkung entfaltet haben. Eine gewisse Zurückhaltung drängt sich ohne Zweifel auf, aber der Konsens darf nicht einseitig erfolgen. Starre Stellungnahmen bereits zu Beginn von Verhandlungen sind kontraproduktiv und führen zu Verhärtungen.

Ferner wollen wir verhandeln, indem wir uns einzig und allein auf die Lage beim Gruyère AOC stützen. In den letzten Diskussionen haben wir gespürt, dass die Affineure eine Art Dominoeffekt befürchteten: falls sie einer Erhöhung beim Gruyère AOC zustimmten, könnte dies als Zeichen für weitere Verhandlungen gelten, die sie führen müssten, so bezüglich der Industriemilch oder anderer Käsesorten. Für uns ist eine solche Haltung nicht

annehmbar.

Man kann den Milchproduzenten einer Sortenorganisation, der es soweit gut geht, nicht immer sagen: „Die Preise können nicht erhöht werden, dies ist nicht möglich.“ Deshalb werden wir den Druck beibehalten. Im letzten Jahr sind unsere Produktionskosten um 4,3 Prozent angestiegen. In den sechs ersten Monaten dieses Jahres hat sich die Entwicklung noch beschleunigt. Dies bedeutet, dass die im letzten Jahr erhaltene Milchpreiserhöhung schon vollumfänglich aufgezehrt ist. Auch wenn davon ausgegangen werden kann, dass die Teuerung gegen Ende Jahr verflachen wird, halten wir an der Notwendigkeit der Milchpreiserhöhung fest. Andernfalls wird unser Einkommen erneut sinken. Mit mathematischer Sicherheit.



Didier Germain
Käser, 10. September 2008

Am 1. Januar werden die Rahmenbedingungen stark ändern. Für uns Käser gilt es, neue Parameter zu beachten. Deshalb werfen wir alle diese Aspekte in den Korb der Verhandlungen, auch die zusätzlichen 250 Franken als Beitrag für die Kuhhalter und die Kürzung der Beihilfe für die Butter. Die Preiserhöhung um 6 Rappen, die von den Milchproduzenten vorgeschlagen wird, scheint uns nicht möglich. Ferner entspricht dieser Betrag für die Sortenorganisation Gruyère keiner vorhandenen Grösse. Die Vorräte erreichen gegenwärtig annehmbare Mengen, doch sind die Aussichten nicht günstig. Wenn wir dieser Erhöhung zustimmen, laufen wir Gefahr, dem Erzeugnis zu schaden. Dieses Missgeschick hat uns bereits 2002 ereilt und die Folgen

davon haben uns während vielen Monaten verfolgt.

Die Käser haben deshalb beschlossen, den Antrag der Geschäftsstelle der Sortenorganisation zu unterstützen, d.h. eine Erhöhung um 30 Rappen je Kilogramm Käse. Damit tragen wir der starken Zunahme der Produktionskosten Rechnung. Weil aber die gegenwärtigen Bedingungen für niemanden günstig sind, ersuchen wir die Milchproduzenten, sich zugunsten eines neuen Verteilungsschlüssels für die Kosten im Falle des Markteinbruchs einzusetzen.

Diese 30 Rappen stellen den Versuch dar, aus der Sackgasse zu gelangen. Die Aufgabe der Sortenorganisation besteht eben darin, für alle beteiligten Partner einen geeigneten Kompromiss zu finden. Es muss vermieden werden, einen der Partner ausser Acht zu lassen. Aber jeder Partner muss sein Bestes hergeben und seine Augen dürfen in keinem Fall grösser sein als sein Magen.

Heute haben wir keine Wahl. Wir müssen eine Lösung finden. In diesem Umfeld kommt der Geschäftsstelle dank ihrer Neutralität und ihrer Fähigkeit, Vorschläge zu unterbreiten, die allen oder zumindest der Mehrheit dienen, eine ausschlaggebende Rolle zu.

Gegenwärtig bin ich besorgt hinsichtlich der Rolle, die uns zugedacht wird. Es ist einfach unmöglich, unter Druck oder sogar Drohung zu verhandeln. Dies führt zu verzerrten Stellungnahmen. Damit aber die Sortenorganisation ihre Aufgaben erfüllen kann, muss jeder Partner seinen Beitrag leisten und sich offen zeigen.

Didier Germain
Käser, 18. September 2008

Ich bin nicht wirklich überrascht vom Misserfolg der Verhandlungen. Die Käser hofften, dass der letzte Vorschlag der Geschäftsstelle der Sortenorganisation angenommen würde. Das wäre für die ganze Sortenorganisation besser gewesen, denn der Druck von allen Seiten her ist riesig. Immerhin stelle ich fest, dass die Atmosphäre während der ganzen Dauer der Verhandlungen eher gut war, auf alle Fälle korrekt.

Alle konnten ihre Argumente geltend machen. Es fehlten uns die analytischen und technischen Möglichkeiten, um den Standpunkt der Affineure zu entkräften. Leider kam es später, nach Ende der Versammlung, zu teilweise unerfreulichen Ereignissen.

Seitens der Milchproduzenten stellen wir fest, dass sich einige von ihnen durch harte Forderungen und durch Aktivismus hervortun. Ehrlich gesagt glaube ich nicht, dass diese Personen die Mehrheit der Milchproduzenten vertreten und nicht einmal eine bedeutungsvolle Minderheit von ihnen. Die Milchproduzenten und übrigens auch die Käser wissen, dass der Wind ein wenig gedreht hat. Was nun zu tun ist, besteht darin, den Markt zu beobachten und den Druck auf die Affineure und den Handel aufrecht zu erhalten. Von ihnen erwarten wir, dass sie sich voll einsetzen, um die Verkäufe wieder ansteigen zu lassen. Anschliessend und sobald sich ihre finanzielle Lage verbessert haben wird, erwarten wir von ihnen, dass sie sich aufgeschlossen zeigen, damit die Gesamtheit der Sortenorganisation in den Genuss des Ausgleichs der zusätzlichen Kosten gelangen kann.



In diese Politik des Wiederaufbaus müssen wir alle möglichen Marketingmassnahmen einbeziehen, die der Sortenorganisation zur Verfügung stehen. Eines darf nicht vergessen werden: der Gruyère AOC steht im Mittelpunkt unserer Einkommenspolitik. Wenn es uns gelingt, ihn gut abzusetzen, werden wir beinahe zwangsläufig eine höhere Rendite erhalten. Vor allem dies muss bei unserer Arbeit im Vordergrund stehen.



Livraison du lait deux fois par jour arrêt à la portée réduite

Alors que les vaches broutaient paisiblement au soleil, la deuxième Cour de droit public du Tribunal fédéral (TF) a rendu un arrêt le 28 juillet 2008 rejetant le recours de l'Office fédéral de l'agriculture contre une décision du Tribunal administratif du canton de Berne relatif au Gruyère AOC.

Dans cet arrêt, le Tribunal fédéral considère que la fromagerie concernée doit être mise au bénéfice de l'exception prévue par l'article 18 du cahier des charges, lequel mentionne que la livraison de lait une fois par jour est exceptionnellement autorisée pour les sociétés qui répondent à un certain nombre de conditions alors que la règle générale prévoit que la livraison a lieu deux fois par jour à la fromagerie, immédiatement après la traite, aux heures convenues entre le fromager et l'organisation des producteurs.

Dans son arrêt, le TF a confirmé que dans le cas de la mise en œuvre d'un cahier des charges pour une AOC, les exigences de qualité pouvaient être plus strictes que celles prescrites par la loi sur les denrées alimentaires.

Le TF a jugé que ce type de cas devait se régler sur la base du droit agricole fédéral et non pas par le biais des lois cantonales sur les denrées alimentaires.

La seconde question que soulève cet arrêt concerne l'obligation de certification. Le TF considère que la certification relève d'un organisme privé et que partant les autorités cantonales n'ont pas la compétence d'accorder directement une certification.

Cet arrêt a une portée très limitée car il concerne un cas particulier d'une fromagerie située dans le canton de Berne.

L'exception qui lui a été accordée traite d'un cas unique et particulier.

Le cahier des charges n'a pas à être réécrit. La règle générale qui prévoit que le lait doit parvenir deux fois par jour à la fromagerie, immédiatement après la traite, demeure pleinement.

Nonobstant l'arrêt du TF, il ne fait pas de doute que la qualité et l'attrait du Gruyère AOC passent par le respect de son cahier des charges.

Jean-Pierre Huguenin-Dezot,
avocat

*Arrêt du Tribunal fédéral,
2e Cour de droit public.*



Ne pas réécrire le cahier des charges par voie judiciaire

Jean-Claude Mermoud, chef du Département de l'économie du canton de Vaud, critique la décision du TF autorisant, en faveur d'une fromagerie bernoise, une dérogation au cahier des charges pour le Gruyère AOC.

Dans un arrêt du 28 juillet 2008, le Tribunal fédéral a rejeté le recours de l'Office fédéral de l'agriculture contre une décision du Tribunal administratif cantonal bernois concernant le Gruyère AOC. Le fond de l'affaire concerne une règle du cahier des charges du Gruyère AOC qui prévoit que le lait doit être livré deux fois par jour à la fromagerie pour donner droit à l'appellation Gruyère AOC. Une société de laiterie bernoise obtient gain de cause: elle pourra désormais transformer en Gruyère AOC le lait de producteurs livrant une fois par jour. Cette décision ne paraît s'appliquer qu'aux producteurs de Gruyère AOC du canton de Berne, le Tribunal soulignant qu'il tient compte de la situation particulière de ce canton.

Il n'est pas dans mes habitudes de commenter un arrêt du Tribunal fédéral ou de m'immiscer dans la pratique d'un canton voisin. Néanmoins, cet arrêt du TF pose la question de principe de la réécriture d'un cahier des charges par un Tribunal. Désormais, rien n'interdit d'attaquer d'autres dispositions du cahier des charges. En Europe, deux approches se sont longtemps opposées pour protéger les appellations d'origine.

La première, de tradition allemande, consistait à définir une appellation au fur et à mesure des cas présentés devant les tribunaux. Avec le temps, la jurisprudence constituait un ensemble de règles plus ou moins précises permettant de définir les conditions d'utilisation d'un nom géographique réputé.

La seconde, de tradition française, consistait à définir dans un cahier des charges directement applicable, l'ensemble des règles permettant d'apposer un nom géographique sur un produit. Au préalable, ce processus faisait l'objet d'une négociation entre producteurs et pouvoirs publics et rendait possible une procédure d'opposition.

L'Union européenne a choisi en 1992 le système français. La Suisse, qui possédait déjà un registre à la française pour les fromages depuis 1962, a étendu ce système à tous les produits agricoles en 1995.

La décision du TF illustre la difficulté d'un tribunal à réécrire un cahier des charges. L'application de ce jugement au seul canton de Berne montre que les instances judiciaires ne sont pas les plus adéquates pour établir ce que doit être le cahier des charges d'un produit AOC dont l'aire géographique s'étend sur plusieurs cantons. Ce jugement concerne aujourd'hui la livraison deux fois par jour mais rien n'interdit d'attaquer d'autres dispositions du cahier

des charges, comme le lait cru ou les planches d'épicéa pour l'affinage.

Ces règles voulues par la profession forment un tout qui confère au Gruyère AOC son caractère traditionnel, sa réputation et finalement fait son succès auprès des consommateurs dans notre pays et à l'étranger. C'est une promesse faite aux consommateurs que l'ensemble des producteurs de lait, fromagers et affineurs s'engagent à respecter.

Sans vouloir placer le cahier des charges hors de portée du contrôle de la Justice, celle-ci ne doit pas pouvoir peu à peu, point par point, remplacer une expression générale validée par les professionnels et reconnue des consommateurs. Un cahier des charges ne doit pas être réécrit par voie judiciaire.

Si cela est nécessaire, j'interviendrais au niveau fédéral pour que ce principe soit clairement établi et pour que le statut des cahiers des charges AOC soit renforcé, le cas échéant en proposant que la loi rappelle les instances judiciaires à une nécessaire réserve, ce qui ne constituerait qu'une saine prévention contre une judiciarisation des AOC, dont la Suisse n'a pas voulu.

JEAN-CLAUDE MERMOUD

Chef du Département de l'Économie du Canton de Vaud



Zweimalige tägliche Milcheinlieferung ein Entscheid mit beschränkter Tragweite

Während die Kühe friedlich an der Sonne grasten, legte die II. Öffentlichrechtliche Abteilung des Bundesgerichtes am 28. Juli 2008 einen Entscheid vor, mit dem sie den Rekurs des Bundesamtes für Landwirtschaft gegen den Entscheid des Verwaltungsgerichts des Kantons Bern in Sachen Gruyère AOC ablehnte.

In diesem Entscheid erwägt das Bundesgericht, dass die betroffene Käserei in den Genuss der in Artikel 18 des Pflichtenheftes aufgeführten Ausnahmeregelung gelangen soll. Diese sieht vor, dass Genossenschaften von der Pflicht der täglich zweimaligen Milcheinlieferung ausnahmsweise entbunden werden können, wenn eine gewisse Anzahl von Bedingungen erfüllt sind. In der Regel muss die Milch zweimal im Tag an die Käserei geliefert werden, und zwar sofort nach dem Melken und zu der von der Käserei und der Produzentenorganisation vereinbarten Zeit.

In seinen Erwägungen hat das Bundesgericht festgehalten, dass mit der Verabschiedung eines Pflichtenheftes im Hinblick auf die geschützte Ursprungsbezeichnung (AOC) strengere Vorschriften erlassen werden können als jene, die im Lebensmittelgesetz enthalten sind.

Das Bundesgericht hat ausgeführt, dass diese besonderen Fälle auf der Grundlage der landwirtschaftlichen Gesetzgebung des Bundes zu regeln seien und nicht über die kantonalen Gesetze betreffend die Lebensmittel.

Bei der zweiten Frage, die dieser Entscheid aufwirft, geht es um die Verpflichtung zu zertifizieren. Das Bundesgericht vertritt die Ansicht, dass die Zertifizierung in die Zuständigkeit einer privaten Organisation fällt und es spricht deshalb den kantonalen Behörden die Kompetenz ab, die Zertifizierung direkt auszustellen.

Dieser Entscheid ist von sehr beschränkter Tragweite, denn er befasst sich mit dem besonderen Fall einer im Kanton Bern gelegenen Käserei. Die Ausnahme, die ihr gewährt wurde, regelt einen einzigartigen und besonderen Tatbestand.

Das Pflichtenheft muss nicht überarbeitet werden. Die allgemeine Vorschrift, wonach die Milch zweimal im Tag an die Käserei zu liefern ist, und zwar sofort nach dem Melken, bleibt vollumfänglich erhalten.

Ungeachtet des Bundesgerichtsentscheides steht ausser Zweifel, dass die Qualität und der Reiz des Gruyère AOC auf der Einhaltung des Pflichtenheftes gründen.

**Jean-Pierre Huguenin-Dezot,
Rechtsanwalt**

*Bundesgerichtsentscheid, II.
Öffentlichrechtliche Abteilung*



Das Pflichtenheft nicht auf gerichtlichem Weg neu schreiben

Jean-Claude Mermoud, Vorsteher des Volkswirtschaftsdepartements des Kantons Waadt, kritisiert den Entscheid des Bundesgerichtes, mit dem einer bernischen Käserei eine Abweichung vom Pflichtenheftes des Gruyère AOC gestattet wird.

In einem Entscheid vom 28. Juli 2008 hat das Bundesgericht den Rekurs des Bundesamtes für Landwirtschaft gegen den Entscheid des Verwaltungsgerichtes des Kantons Bern in Sachen Gruyère AOC abgelehnt. Im Wesentlichen geht es um eine Vorschrift des Pflichtenheftes des Gruyère AOC, der diese Bezeichnung nur unter der Bedingung zulässt, dass die Milch täglich zweimal an die Käserei geliefert wird. Dem Antrag einer bernischen Käsereigenossenschaft wurde damit stattgegeben: es wird ihr erlaubt, Milch von Produzenten zu Gruyère AOC zu verarbeiten, die täglich nur einmal liefern. Dieser Entscheid soll nur auf die Produzenten des Kantons Bern anwendbar sein, denn das Bundesgericht hebt die besondere Lage in diesem Kanton hervor.

Es gehört nicht zu meinen Gepflogenheiten, mich zu einem Entscheid des Bundesgerichtes zu äussern oder mich in Angelegenheiten eines Nachbarkantons einzumischen. Indessen stellt sich mit diesem Bundesgerichtsentscheid die grundsätzliche Frage, ob ein Gericht ein Pflichtenheft abändern kann. Künftig steht dem Angriff auf andere Vorschriften des Pflichtenheftes nichts mehr entgegen.

Lange standen sich in Europa zum Schutz Ursprungsbezeichnungen zwei Betrach-

tungsweisen gegenüber. Die erste Sicht entspricht deutscher Tradition, die darin bestand, eine Bezeichnung nach dem zeitlichen Eintreffen bei den Gerichten zu definieren. Mit der Zeit bildete die Rechtsprechung eine Gesamtheit von mehr oder weniger genauen Vorschriften über die Bedingungen der Durchsetzung einer bekannten geografischen Bezeichnung.

Die zweite fusst auf französischer Tradition. Sie verlangt, dass in einem Pflichtenheft, das unmittelbar anwendbar ist, die Gesamtheit der Vorschriften festgehalten werden, mit dem Ziel, einem Erzeugnis eine geografische Bezeichnung aufzudrücken. Es wird vorausgesetzt, dass vorgängig ein Verfahren zwischen den Produzenten und den Behörden stattfindet und die Möglichkeit des Einspruchs eingeräumt wird.

Die Europäische Union hat 1992 das französische System übernommen. Die Schweiz führte bereits seit 1962 ein Register für Käse nach französischem Muster. Dieses System wurde 1995 auf alle landwirtschaftlichen Erzeugnisse ausgedehnt.

Der Entscheid des Bundesgerichtes drückt die Schwierigkeit eines Gerichtes aus, das Pflichtenheft abzuändern. Allein die Beschränkung dieses Urteils auf den Kanton Bern zeigt auf, dass richterliche Entscheidungen nicht die beste Lösung darstellen, um festzuhalten, was ein Pflichtenheft für ein Erzeugnis zu sein hat, dessen Gebiet sich auf mehrere Kantone verteilt. Dieser Entscheid befasst sich zwar nur mit der täglich zweimaligen Milcheinlieferung, aber nichts hindert daran, weitere Vorschriften

des Pflichtenheftes anzufechten wie beispielsweise die Verwendung von Rohmilch oder von Brettern aus Fichtenholz für die Reifung.

Alle diese Vorschriften der Sortenorganisation bilden eine Gesamtheit, die dem Gruyère AOC seinen traditionellen Charakter und seinen guten Ruf verleiht und seinen Erfolg bei den Konsumenten des In- und Auslandes ausmacht. Es handelt sich um ein Versprechen an die Konsumenten, das alle Milchproduzenten, Käser und Affineure einzuhalten gewillt sind.

Auch wenn es nicht darum geht, das Pflichtenheft ausserhalb der Kontrolle durch die Gerichte zu stellen, dürfen diese letzteren nicht nach und nach sowie Punkt für Punkt eine allgemeine Vorschrift, die von den Berufsleuten eingeführt und von den Konsumenten anerkannt wurde, ausser Kraft setzen. Das Pflichtenheft darf keinesfalls auf richterlichem Weg neu verfasst werden. Falls notwendig, werde ich mich auf Bundesebene einsetzen, damit diesem Grundsatz nachgelebt wird und damit die Rechtsstellung des Pflichtenheftes verstärkt wird. Gegebenenfalls werde ich vorschlagen, dass das Gesetz den richterlichen Instanzen nahe legt, Zurückhaltung zu üben. Dies würde einer gesunden Vorbeugemassnahme gleich kommen im Hinblick auf eine von der Schweiz nicht gewollte, unerwünschte Einmischung des Rechts in die Angelegenheiten des Ursprungsschutzes.

Jean-Claude Mermoud
Vorsteher des Volkswirtschaftsdepartements des Kantons Waadt



Une fructueuse collaboration vieille de 10 ans !

Organisme intercantonal de certification et IPG

L'Organisme intercantonal de certification fête cette année ses 10 ans. Cette institution qui a été mise en place par les cantons romands, Berne et le Tessin, a pour but de promouvoir et de certifier les produits agricoles et alimentaires de qualité. L'OIC a certifié en 2000 son premier produit, l'Etivaz, et aussitôt après le Gruyère, deux fromages qui ont ainsi obtenu l'autorisation d'ajouter à leur nom le sigle AOC, gage de respect du cahier des charges et marque de qualité.

Le but de la démarche de certification est double. D'une part, il s'agit d'apporter au consommateur la garantie que les contrôles ont été effectués de façon rigoureuse, que les critères de production ont été respectés tout au long d'une filière et que la traçabilité du produit est sans faille. D'autre part, tous les acteurs de cette filière sont assurés d'être mis sur pied d'égalité, grâce aux contrôles périodiques et systématiques effectués par l'OIC.

L'OIC certifie et contrôle aujourd'hui une trentaine de produits, marques et labels issus de l'agriculture suisse. Dans certains cas, cet organisme effectue directement les contrôles réguliers ou les confie à des experts indépendants; dans d'autres cas, cette compétence est déléguée à la filière, l'OIC se chargeant de la supervision.

OIC et Le Gruyère AOC

Cette délégation de compétence pour les contrôles de traçabilité et de la taxation est précisément celle qui a été adoptée pour la filière du Gruyère AOC. «Les experts de l'IPG sont les plus quali-

fiés pour mener ce travail, note la secrétaire générale de l'OIC, Corinne Couille-rot. Nous suivons notamment quelques taxations par an et nous nous tenons régulièrement informés des opérations. Il faut dire que la filière du Gruyère AOC est particulièrement bien organisée. De plus – contrairement à d'autres AOC – le cahier des charges ne souffre guère de possibilités d'interprétations.» C'est ainsi que, par exemple, certains producteurs seraient favorables à une utilisation des boules d'ensilage d'herbe pour le jeune bétail, notamment. Mais comme le cahier des charges est limpide à cet égard, les discussions ne sont pas de mise et l'OIC se doit de le faire respecter.

Lors de la procédure de certification qui a débouché sur l'AOC pour le Gruyère en 2001, tous les acteurs de la filière ont été contrôlés et certifiés directement par les experts de l'OIC. A partir de ce moment-là, le processus s'est poursuivi de façon différenciée selon les acteurs: les producteurs de lait reçoivent un agrément qui est renouvelé, après contrôle de l'exploitation, tous les deux ans; les fromagers et les affineurs quant à eux se voient délivrer un certificat dont la durée est de deux ans.

«Grâce au processus de certification, aux contrôles et à une collaboration fructueuse avec l'IPG, nous n'avons pratiquement jamais eu à dénoncer de situations auprès des chimistes cantonaux qui disposent de la force de police, se réjouit Corinne Couille-rot. Autant que je puisse en juger, il n'y a pas de raison pour que cela change, même si la vigilance doit rester notre maître mot en toutes situations».



Appellation d'origine contrôlée

Une garantie d'origine

La liste des produits certifiés par l'OIC ne cesse de s'accroître

Qu'on en juge:

Etivaz AOC, Gruyère AOC, Emmentaler AOC, Eau de vie de poires du Valais AOC, Abricotine AOC, Munder Safran AOC, Formaggio d'alpe Ticinese AOC, Berner Alpkäse/Berner Hobelkäse AOC, Vacherin Mont d'Or AOC, Vacherin fribourgeois AOC, Pain de seigle valaisan AOC, Tête de moine AOC, Poire à Botzi AOC, Saucisse d'Ajoie IGP, Saucisson vaudois IGP, Saucisse aux choux vaudoise IGP, Saucisson neuchâtelois IGP, Viande séchée du Valais IGP.

A ces AOC/IGP s'ajoutent des marques et labels privés, également contrôlés par l'OIC:

Plant Robert-Robez-Robaz, Kirsch Suisse, Huiles essentielles – Swisseo, Terroir chène, Genève Région – Terre avenir, Suisse garantie, Das Beste der Region, De la région (Migros), les marques de garantie des produits du terroir romands ainsi que des produits en attente de l'obtention de l'AOC ou de l'IGP comme la Damassine, l'Absinthe et la Longeole.

Eine zehnjährige fruchtbare Zusammenarbeit! Interkantonale Zertifizierungsstelle (OIC) und Sortenorganisation Gruyère AOC

Die interkantonale Zertifizierungsstelle (OIC) feiert 2008 ihr zehnjähriges Bestehen. Sie wurde von den Kantonen der Westschweiz, von Bern und dem Tessin ins Leben gerufen, um die landwirtschaftlichen Erzeugnisse und die Nahrungsmittel mit einem hohen Qualitätsstandard zu fördern und zu zertifizieren. Als erstes Erzeugnis wurde 2000 der Etivaz zertifiziert. Sofort nachher folgte der Gruyère. Diesen beiden Käsen wurde gestattet, ihrem Namen das Ursprungszeichen AOC beizufügen. Damit werden die Einhaltung des Pflichtenheftes und eine hoch stehende Qualität bestätigt.

In seinen Erwägungen hat das Bundesgericht festgehalten, dass mit der Verabschiedung eines Pflichtenheftes im Hinblick auf die geschützte Ursprungsbezeichnung (AOC) strengere Vorschriften erlassen werden können als jene, die im Lebensmittelgesetz enthalten sind.

Mit der Zertifizierung wird ein zweifaches Ziel verfolgt. Einerseits soll dem Konsumenten zugesichert werden, dass strenge Kontrollen durchgeführt und die Abläufe in der Produktion über die gesamte Sortenorganisation hinweg eingehalten werden und dass die Rückverfolgbarkeit ohne Unterbruch verfolgt werden kann. Allen Teilnehmern der entsprechenden

Sortenorganisation wird andererseits dank regelmässigen und eingehenden Kontrollen durch die OIC die Gleichbehandlung zugesichert.

Heute zertifiziert und kontrolliert die OIC rund dreissig Produkte, Marken und Gütezeichen, die der schweizerischen Landwirtschaft entstammen. In gewissen Fällen führt sie die Kontrollen selbst und regelmässig durch oder sie vertraut sie unabhängigen Experten an; in andern Fällen wird diese Zuständigkeit an die Sortenorganisation übertragen, während die OIC die Oberaufsicht für sich beansprucht.

OIC und Le Gruyère AOC

Diese Übertragung der Zuständigkeit für die Kontrollen betreffend die Rückverfolgbarkeit und die Taxation fand im Fall der Sortenorganisation Gruyère tatsächlich statt. Dazu sagt Corinne Couillerot, Generalsekretärin der OIC: „Die Experten der Sortenorganisation Gruyère weisen den grössten Sachverstand auf, um diese Aufgabe zu erfüllen. Wir sind jedes Jahr namentlich bei einigen Taxationen dabei und halten uns über die Arbeitsvorgänge auf dem Laufenden. Es darf festgehalten werden, dass die Sortenorganisation Gruyère besonders hervorragend organisiert ist. Ferner sind die Vorschriften des Pflichtenheftes im Gegensatz zu anderen AOC eindeutig.“ So treten beispielsweise ge-

wisse Produzenten für eine Verwendung der Grassiloballen für das Jungvieh ein. Doch weil das Pflichtenheft diesen Punkt eindeutig regelt, kommen Diskussionen gar nicht erst auf und die OIC ist gehalten, die Vorschrift durchzusetzen.

Anlässlich des Verfahrens, das 2001 zur AOC zugunsten des Gruyère geführt hat, wurden alle Akteure der Sortenorganisation direkt von den Experten der OIC kontrolliert und zertifiziert. Seit diesem Zeitpunkt wird bei jeder Gruppe unterschiedlich vorgegangen: die Milchproduzenten erhalten eine Genehmigung, die alle zwei Jahre nach durchgeführter Betriebskontrolle erneuert wird: den Käsern und Affineuren wird ein Zertifikat zuerkannt, dessen Gültigkeitsdauer zwei Jahre beträgt.

Corinne Couillerot ist erfreut:

„Dank dem Zertifizierungsverfahren, den Kontrollen und einer fruchtbaren Zusammenarbeit mit der Sortenorganisation Gruyère mussten praktisch nie Fälle an die Kantonschemiker weitergeleitet werden, die über eine Polizeigewalt verfügen. So weit ich die Lage überblicke, besteht kein Grund zur Annahme, dass daran in Zukunft etwas ändern wird, auch wenn es gilt, überall und in jeder Lage ausserordentlich wachsam zu sein“.

Die Liste der von der OIC zertifizierten Erzeugnisse wächst konstant an

Folgende Erzeugnisse belegen dies:

Etivaz AOC, Gruyère AOC, Emmentaler AOC, Eau de vie de poire du Valais AOC, Abricotine AOC, Munder Safran AOC, Formaggio d'Alpe Ticinese AOC, Berner Alpkäse / Berner Hobelkäse AOC, Vacherin Mont d'Or AOC, Vacherin fribourgeois AOC, Walliser Roggenbrot AOC, Tête de Moine AOC, Poire à Botzi AOC, Saucisse d'Ajoie IGP, Sau-

consin vaudois IGP, Saucisse aux choux vaudoise IGP, Saucisson neuchâtelois IGP, Walliser Trockenfleisch IGP.

Zusätzlich zu diesen AOC und IGP gibt es noch private Marken und Gütezeichen, die von der OIC auch überprüft werden:

Plant Robert-Robez-Robaz, Schweizer Kirsch, ätherische Öle – Swisseo, Terroir

Chêne, Genève Région – Terre garantie, Suisse garantie, Das Beste der Region, Von der Region (Migros), die Marques de garantie des produits du terroir romand sowie die Erzeugnisse, die nächstens auch in den Genuss der AOC oder IGP kommen wie die Damassine (Branntwein aus einer seltenen Art von Pflaumen), der Absinth (Wermutspirituose) und die Longeole (Genfer Schweinswurst).



La plus grande cave d'affinage de Gruyère AOC du monde

Après plusieurs mois de travaux, Fromco SA à Moudon a inauguré en mai sa nouvelle cave d'affinage destinée à recevoir le quart de la production totale de Gruyère AOC, soit 7'000 tonnes. Avec une capacité de stockage de 160'000 meules, Fromco s'impose comme le premier centre d'affinage du Gruyère AOC de Suisse et, partant, du monde.

Pour agrandir et moderniser ses installations, Fromco a investi pas moins de 16 millions de francs. Les travaux, commencés au printemps 2006 se sont achevés à fin 2007. Avec à la clé 4 réalisations importantes: l'aménagement de plus de 6'000 m² de galeries dans la roche permettant d'accueillir quelque 70'000 meules supplémentaires, dont 20'000 places en réserve; la construction d'un nouveau bâtiment destiné à la réception et aux soins des fromages; l'acquisition et la modernisation de machines de soins aux fromages, de palettisation et contrôle des fromages ainsi que de nettoyage des palettes; la sécurisation des caves les plus anciennes. Grâce à ces nouvelles installations, la capacité de soins est désormais passée à 2'000 meules/heure et les mouvements quotidiens (entrées/sorties) à 2'000 meules également. A noter que les investissements réalisés ont permis de supprimer le travail de nuit, amélioration notable des conditions de travail des employés de l'entreprise.

Cet important investissement met en lumière l'attention que porte le groupe Emmi au Gruyère AOC. Emmi est en effet le principal actionnaire de Fromco, à raison de 60 %, le second actionnaire

étant l'UNVAL, l'Union vaudoise et neuchâteloise des acheteurs de lait, à hauteur de 35 %. Lors des cérémonies d'inauguration, qui ont drainé quelques 5'000 personnes de toute la Suisse 4 jours durant, le Président du conseil d'administration d'Emmi SA et de Fromco SA, Fritz Wyss a d'ailleurs relevé: «Fromco est un pilier porteur de nos activités fromage. Grâce à ce développement, nous avons jeté les bases d'une croissance continue du Gruyère AOC.»

Une perspective qui réjouit Pierre-Ivan Guyot, directeur de Fromco SA: «Ce sont deux ans d'études et de projets, puis deux ans encore de travaux qui s'achèvent ici, avec une superbe fête en corollaire. La qualité incomparable de nos structures, avec le climat naturel offert par les caves creusées dans la molasse, et la compétence de nos collaborateurs ont été reconnues. De très bon augure pour l'avenir !»

L'activité fromagère des caves de Moudon a déjà une longue histoire. Elle a commencé en 1932 avec la location de la première cave par l'entreprise familiale Beutler. En 1974, Fromco SA est fondée avec la réunion de trois commerces, Beutler, Comptoir des fromages de Gruyère et Fromage Jura Vaudois. La capacité de stockage se monte alors à 60'000 places, soit 2'300 tonnes de Gruyère AOC par an. En 1994, nouvel agrandissement avec une capacité de 90'000 places. 2003 voit l'arrivée du Groupe Emmi et, dans la foulée, la décision du nouvel agrandissement. Si Moudon conserve ainsi un rôle très important dans la filière du Gruyère AOC, c'est pour plusieurs raisons: sa position

géographique, bien située au cœur de la zone de production; ses caves entièrement creusées dans la molasse et qui offrent deux constantes essentielles – une température de 12 à 14 degrés et une humidité relative de 92 à 94 %.

L'IPG se réjouit de ces investissements propres à renforcer le développement du Gruyère AOC. Lors de la cérémonie d'inauguration, Philippe Bardet, directeur de l'Interprofession s'est montré résolument optimiste: «Nous n'avons peut-être pas toujours partagé les mêmes objectifs, mais je peux dire aujourd'hui que nous sommes devenus de véritables partenaires, tournés vers le même avenir.»

Extraits du discours d'Urs Riedener, CEO du Groupe Emmi

Le Gruyère AOC, un Suisse très apprécié

Depuis des années, il fait partie des Suisses les plus appréciés, et les étrangers en sont également de plus en plus friands. Il poursuit sans faillir son petit bonhomme de chemin, en dépit des périodes de changement et de turbulences qu'il traverse parfois. Son parcours est une véritable réussite, et nous sommes fiers d'en franchir aujourd'hui avec lui une nouvelle étape. Je veux bien sûr parler de lui, Le Gruyère AOC, le fromage favori de tous les Suisses, et ce depuis de nombreuses années.

Le Gruyère possède l'appellation d'origine contrôlée AOC depuis 2001, offrant la garantie de la tradition en matière de fabrication et, partant, de l'excellente qualité du produit. Malgré le scepticisme affiché au sein d'Emmi lorsque le Gruyère a obtenu l'AOC, je peux aujourd'hui vous dire que cette différenciation claire a considérablement contribué à sa croissance continue, notamment à l'étranger. L'année dernière, les exportations se sont montées à quelque 11 000 tonnes, soit environ un tiers des exportations totales de fromage à pâte dure ou 20% de tous les fromages exportés. Imaginez une tour de 55 km de haut environ ou le trajet de Moudon à Lucerne... Cette performance peut être qualifiée d'exceptionnelle dans un environnement aussi concurrentiel et sur le marché européen libéralisé du fromage

Nous sommes heureux d'avoir été en mesure de mettre en œuvre et de clôturer ce projet sans heurts et selon le calendrier établi, et sommes convaincus que nous aurons besoin de cette capacité de stockage pour atteindre notre objectif ambitieux qui consiste à poursuivre notre croissance avec Le Gruyère AOC



photo©Graphit

Keller, die zwei Konstanten aufweisen, nämlich eine Temperatur zwischen 12 und 14 Grad und eine relative Luftfeuchtigkeit zwischen 92 und 94 Prozent.

Die Sortenorganisation Gruyère begrüsst diese Investitionen, die den Aufschwung des Gruyère AOC verstärken werden. Deren Direktor, Philippe Bardet, äusserte sich anlässlich der Einweihungsfeier optimistisch: „Vielleicht haben wir nicht immer das gleiche Ziel vor Augen gehabt, doch heute kann ich bezeugen, dass wir wirkliche Partner geworden sind, die in die gleiche Richtung blicken.“

Auszug aus der Rede von Urs Riedener, CEO der Emmi Gruppe

Der Gruyère AOC, ein sehr geschätzter Schweizer

Seit Jahren gehört er zu den am meisten geschätzten Schweizern und auch die Ausländer essen ihn zunehmend fürs Leben gern. Bedächtig, aber mit grosser Beharrlichkeit geht er seinen Weg und er lässt sich durch Zeiten der Veränderungen und Turbulenzen, die er manchmal erlebt, keinesfalls beirren. Seine bisherige Entwicklung darf als ein echter Erfolg bezeichnet werden und wir sind stolz, diese neue Etappe mit ihm zurückzulegen. Selbstverständlich rede ich von ihm, vom Gruyère AOC, dem von den Schweizern seit vielen Jahren bevorzugten Käse.

Der Gruyère ist seit 2001 im Besitz der geschützten Ursprungsbezeichnung, welche für die traditionelle Herstellung und damit für eine vorzügliche Qualität bürgt. Trotz der damaligen skeptischen Einstellung innerhalb von Emmi, als dem Gruyère die AOC zugesichert wurde, darf ich heute festhalten, dass diese klare Unterscheidung in hohem Masse zu seinem stetigen Wachstum, vor allem auch im Export, beigetragen hat. Im letzten Jahr beliefen sich die Auslandverkäufe auf 11'000 Tonnen, was etwa einem Drittel der gesamten Exporte von Hartkäse oder 20 Prozent aller Käseexporte entspricht. Stellen Sie sich einen Turm von ungefähr 55 Kilometern Höhe oder die Strecke von Moudon nach Luzern vor... Diese Leistung darf als ausserordentlich gelten, zumal sie in einem schwierigen Umfeld des Wettbewerbs sowie des liberalisierten europäischen Käsemarktes erreicht wurde.

Wir sind froh, dass es uns gelungen ist, dieses Vorhaben ohne nennenswerte Schwierigkeiten und im Rahmen der vorgegebenen Fristen vorzubereiten und abzuschliessen. Diese Lagerkapazität für Käse werden wir unbedingt benötigen, um unser ehrgeiziges Ziel umzusetzen, das darin besteht, unser Wachstum mit dem Gruyère AOC zu verwirklichen.

Einweihung des weltweit grössten Reifekellers des Gruyère AOC

Nach einer Bauzeit von mehreren Monaten konnte die Firma Fromco SA in Moudon ihren neuen Reifekeller einweihen. Er bietet Platz für einen Viertel der gesamten Produktion von Gruyère AOC, d.h. für 7'000 Tonnen. Dank einem Fassungsvermögen von 160'000 Laiben nimmt Fromco in der Schweiz, und damit auch weltweit, den ersten Rang unter den Reifezentren ein.

Fromco hat nicht weniger als 16 Millionen Franken aufgebracht, um ihre Einrichtungen zu vergrössern und zu erneuern. Die Bauarbeiten begannen im Frühjahr 2006 und dauerten bis Ende 2007. Vier wichtige Ziele standen bei der Realisierung im Vordergrund: Freilegung im Felsen von 6'000 Quadratmetern Stollen, um zusätzlich 70'000 Laibe zu lagern, von denen 20'000 Plätze als Reserve gelten; Verwirklichung eines Neubaus für die Annahme und Pflege der Käse; Anschaffung und Erneuerung von Einrichtungen für die Pflege der Käse, für die Palettierung und Kontrolle der Käse sowie für die Reinigung der Paletten; Verbesserung der Sicherheitsvorkehrungen in den ältesten Kellern. Dank diesen neuen Einrichtungen erreicht die Pflegekapazität künftig 2'000 Laibe je Stunde und auch die täglichen Bewegungen (Annahme/Ausgabe) belaufen sich auf 2'000 Laibe. Ausserdem konnte erreicht werden, dass keine Nacharbeit mehr notwendig ist, was als eine beachtliche Verbesserung der Arbeitsbedingungen für das Betriebspersonal darstellt.

Diese bedeutenden Investitionen geben Auskunft über die Aufmerksamkeit, die von der Gruppe Emmi dem Gruyère AOC entgegengebracht wird. Emmi ist nämlich mit einem Anteil von 60 Prozent der wichtigste Aktionär von Fromco, während der zweite Aktionär, die UNVAL, d.h. die

Vereinigung der waadtländischen und neuenburgischen Milchkäufer, 35 Prozent des Aktienkapitals innehat. Anlässlich der Einweihungsfeier, die während vier Tagen 5'000 Personen aus der ganzen Schweiz anzog, sagte deshalb der Präsident des Verwaltungsrates von Emmi AG, Fritz Wyss, dazu Folgendes aus: „Fromco ist ein Grundpfeiler unserer Tätigkeit im Käsebereich. Mit diesem Bauvorhaben haben wir die Grundlage für eine dauerhafte Weiterentwicklung des Gruyère AOC geschaffen. Über diese Aussichten freut sich der Direktor von Fromco SA, Pierre-Ivan Guyot: „Mit diesem herrlichen Fest enden zwei Jahre, die der Grundlagenerarbeitung und der Projektierung gewidmet waren, und zwei weitere Jahre Bauzeit. Die unvergleichliche Qualität unserer Strukturen, mit dem natürlichen Klima dank den in den Sandstein gegrabenen Kellern, sowie das Können unserer Mitarbeiter wurden voll gewürdigt. Dies bietet für die Zukunft die bestmögliche Ausgangslage.“

Die Tätigkeit im Käsebereich in den Kellern von Moudon hat eine lange Vergangenheit. Sie begann 1932 mit der Miete des ersten Kellers durch die Familienunternehmung Beutler. Fromco SA ging 1974 aus dem Zusammenschluss von drei Firmen hervor, nämlich von Beutler mit Comptoir des Fromages de Gruyère und Fromage Jura Vaudois. Die Keller boten damals Platz für die Lagerung von 60'000 Laiben, d.h. jährlich 2'300 Tonnen Gruyère AOC. Eine Erweiterung der Kapazität auf 90'000 Plätze folgte im Jahre 1994. Die Gruppe Emmi beteiligte sich an Fromco ab 2003 und im Anschluss daran wurde eine erneute Erweiterung beschlossen. Aus mehreren Gründen spielt Moudon innerhalb der Sortenorganisation Gruyère eine wichtige Rolle: die günstige geografische Lage innerhalb des Produktionsgebietes; die vollumfänglich in Sandstein gegrabenen



Château de Gruyères

spectacle multimédia

L'Interprofession du Gruyère a soutenu la réalisation d'un magnifique spectacle multimédia qui ravit chaque jour les nombreux visiteurs du château de Gruyères. Alchimie d'images, de musiques, de sons et de lumières, la projection retrace l'histoire du château et de la région des débuts jusqu'à nos jours. Présentée toutes les demi-heures en huit langues, elle entraîne les spectateurs dans les coulisses de la cour des comtes de Gruyères.

Chalamala, mémoire vivante de Gruyères

Dans une pièce sombre éclairée par quelques bougies, Chalamala, bouffon historique des comtes du XIVe, écrit à la plume d'oie. Sourire malicieux, regard espiègle, le plus mythique des personnages gruériens invite les spectateurs à le suivre à travers les âges: «Je suis un courant d'air de l'histoire et je passe à travers le temps». Interprété par le comédien fribourgeois Roger Jendly, le bouffon raconte les principaux faits et les anecdotes qui ont marqué les huit siècles de la vie du château. Il fait revivre la légende de Gruérius qui s'installe sur la colline, tandis qu'une grue s'échappe des roseaux. Il narre la construction du fortin, puis de la citadelle défensive qui devient plus tard demeure seigneuriale; il poursuit son récit en rappelant sa transformation en résidence des baillis fribourgeois, avant d'être embellie au XIXe siècle par les peintures murales commandées par Daniel Bovy, un prop-

riétaire privé. Il termine son épopée en évoquant le château d'aujourd'hui, non sans avoir mentionné le fromage et le chocolat, véritables cartes de visite de ce pays.

Entre réalité et imaginaire

Lorsque les lumières s'éteignent dans la salle de projection et que Chalamala s'adresse aux spectateurs, il n'y a plus un bruit. Adultes, adolescents et enfants sont captivés. C'est que le multimédia marie information et émotion, pédagogie et spectacle. «L'histoire du château, telle qu'elle est racontée, voyage entre la réalité, le rêve et la légende, explique Raoul Blanchard, conservateur du château. Les faits historiques sont représentés par des objets et des lieux témoins du passé, filmés et projetés sur les écrans principaux. Les scènes légendaires sont restituées avec beaucoup de liberté sous la forme d'illustrations qui font la part belle à l'imaginaire et défilent sur l'écran supérieur».

Le spectacle multimédia entend offrir à un public pluriel des clés pour entrer dans la compréhension d'un site tel que le château de Gruyères. D'une durée de 18 minutes, il est présenté en continu tous les jours, dans les combles de la conciergerie. Il est proposé en huit langues: français, allemand, anglais, italien, espagnol, russe, chinois, japonais. Ceci grâce à un système d'écoute entièrement automatisé.

Mise en valeur du château

Ce spectacle fait partie d'un projet plus

vaste de réaménagement qui s'est concrétisé il y a quelques mois.

D'une part, l'entrée principale du château a été déplacée vers une entrée existante qui avait été construite au début du XXe siècle par les propriétaires de l'époque. Le visiteur arrive désormais sur une terrasse plate et ensoleillée, d'où il peut découvrir l'édifice dans son écrin naturel, avec la vallée de la Sarine et les Préalpes. Il peut ainsi bien appréhender la position stratégique du château: l'éperon rocheux du Moléson constitue une fortification naturelle et le passage de la Sarine est contrôlable à partir du château.

D'autre part, l'ancienne conciergerie, construite au XVIe siècle, fait désormais office de structure d'accueil.

C'est au premier étage qu'est projeté le spectacle multimédia. La bâtisse a été entièrement restaurée tout en laissant la partie ancienne intacte.

Soutien de l'IPG

L'IPG s'est impliquée tout naturellement. En effet, notre fromage a marqué l'évolution économique de La Gruyère. Le Gruyère AOC est lié à l'histoire du château et colle étroitement à son image. Il se devait donc d'être présent pour participer à l'accueil des 180'000 visiteurs annuels qui peuvent découvrir le spectacle multimédia intitulé «Gruyères».



Bei dieser Darstellung in Form eines Multimediaprodukts geht es darum, einem breit gefächerten Publikum einen Ort wie das Schloss von Gruyères näher zu erklären. Sie dauert 18 Minuten und läuft an allen Tagen dauernd im Dachstuhl des Pförtnerhauses. Die Besucher können zwischen acht Sprachen auswählen: Deutsch, Französisch, Englisch, Italienisch, Spanisch, Russisch, Chinesisch, Japanisch. Dies dank dem System der vollumfänglich automatischen Hörgeräte.

Bewirtschaftung des Schlosses

Diese Vorstellung ist Teil eines umfassenderen Projektes der Neugestaltung, die vor einigen Monaten verwirklicht wurde.

Einerseits wurde der Haupteingang des Schlosses in Richtung einer bestehenden Öffnung verlegt, die durch die damaligen Eigentümer zu Beginn des 20. Jahrhunderts verwirklicht wurde. Der Besucher kommt künftig auf einer ebenen und sonnigen Terrasse an, von wo aus er den Bau in seiner natürlichen Umgebung entdecken kann, mit dem Tal der Saane und den Voralpen. Dies ermöglicht ihm, die strategische Lage des Schlosses zu erfassen: der felsige Vorsprung des Moléson stellt eine natürliche Festung dar und der Durchgang der Saane lässt sich vom Schloss aus überwachen.

Andererseits wird dem Pförtnerhaus aus dem 16. Jahrhundert die Aufgabe des Empfanges zugedacht. Die Vorstellung mit Multimedia findet im ersten Stockwerk statt. Der Bau wurde vollumfänglich erneuert, doch der geschichtliche Teil des Baus blieb unangetastet.

Unterstützung durch die Sortenorganisation Gruyère

Es war gegeben, dass sich die Sortenorganisation Gruyère daran beteiligen würde. Unser Käse hat die wirtschaftliche Entwicklung des Greyerzerlandes geprägt. Der Gruyère AOC ist mit der Geschichte des Schlosses eng verbunden. Ferner besteht eine starke Bindung des Gruyère AOC mit dem Bild des Schlosses. Es war deshalb klar, dass er sich am Empfang der jährlich 180'000 Besucher beteiligen würde, die der Multimedia-Aufführung unter der Bezeichnung „Gruyères“ folgen.

Multimedia-Aufführung Schloss Gruyères

Die Sortenorganisation Gruyère hat die Verwirklichung des Konzeptes einer herrlichen Multimedia-Aufführung unterstützt, die nun täglich die zahlreichen Besucher des Schlosses im Dorf Gruyères begeistert. Es handelt sich um einen bunten Auftritt mit Bildern und Musik, mit einer Licht- und Tonbildschau. In der Vorstellung wird die Geschichte des Schlosses und der Region von den Anfängen bis zum heutigen Tag geschildert. Die Aufführung findet zu jeder halben Stunde in acht Sprachen statt. Sie entführt die Zuschauer hinter die Kulissen des Hofes der Grafen von Gruyères.

Chalamala, das lebendige Gedächtnis von Gruyères

In einem dunkeln Zimmer, von einigen Kerzen aufgeleuchtet, schreibt Chalamala, der geschichtliche Hofnarr der Grafen des 14. Jahrhunderts, mit einer Gänsefeder. Mit schalkhaftem Lächeln und schelmischem Blick lädt diese weitaus mysteriöseste Person des Greyerzerlandes die Zuschauer ein, ihm durch die Zeitalter zu folgen. „Ich bin der Durchzug der Geschichte und überbrücke die Zeitalter.“ Der durch den Freiburger Schauspieler Roger Jendly dargestellte Hofnarr erzählt die wichtigsten Taten sowie die Anekdoten des achthundert Jahre alten Lebens auf dem Schloss. Er lässt die Legende des Gruerius aufleben, der sich auf dem Hügel niederlässt, während ein Kranich dem Schilf entweicht. Er erzählt die Geschich-

te des Festungsbaus, sodann der Verteidigungszitadelle, die später zum Wohnsitz der Grafen erkoren wird. Er fährt mit seiner Erzählung fort und erinnert an den Umbau in einen Wohnsitz für die Freiburger Vögte, bevor er im 19. Jahrhundert durch Mauermalereien verschönert wird, die vom privaten Eigentümer Daniel Bovy bestellt werden. Sein Heldenepos schliesst er ab mit der Darstellung des heutigen Schlosses, nicht ohne an den Käse und die Schokolade zu erinnern, die das Land geprägt haben.

Zwischen Wirklichkeit und Einbildung

Wenn nun die Lichter im Vorführungssaal ausgelöscht sind und sich Chalamala an die Zuschauer wendet, herrscht eindrucksvolle Stille vor. Erwachsene, Jugendliche und Kinder sind in Bann geschlagen. In dieser Darstellung werden zahlreiche Auskünfte gegeben, Emotionen geschürt, Unterricht erteilt und ein Spektakel geboten. Der Kustos des Schlosses, Raoul Blanchard, erklärt dazu: „So wie sie dargestellt wird, bewegt sich die Geschichte des Schlosses zwischen Wirklichkeit, Traum und Legende. Die historischen Tatsachen werden durch die Gegenstände und die geschichtlich belegbaren Orte dargestellt und auf den wichtigsten Leinwänden dargestellt. Die Szenen, die auf Legenden gründen, werden mit grosser Freiheit in Form von Bildern geschildert, die dem Vorstellungsvermögen in hohem Mass gerecht werden; sie werden auf den höher gelegenen Bildschirmen gezeigt.“



Promotion du Gruyère AOC

en Suisse allemande

Pour la quatrième fois depuis le début 2007, René Müller fait actuellement la tournée des détaillants en Suisse allemande pour promouvoir le Gruyère AOC. De St-Gall à Soleure en passant par Thun et Schaffhouse, il a rencontré l'an passé pas moins de 600 détaillants, à raison de 6 à 12 par jour. A chaque visite, il met en évidence les qualités du Gruyère AOC et propose du matériel de promotion. Les détaillants jouent volontiers le jeu, car ils apprécient notre fromage. «Mon objectif est d'augmenter les ventes, explique-t-il. J'y crois. Il ne faut jamais oublier que l'addition de plusieurs petits commerces peut équivaloir à un grand commerce».

Le Gruyère AOC n'est pas partout perçu de la même manière Outre-Sarine. En Suisse centrale, le Sbrinz et des fromages d'alpage notamment plaisent beaucoup. Pourtant le Gruyère AOC et

l'Emmental AOC occupent également une place de choix sur la table des consommateurs.

En Suisse orientale, la promotion du Gruyère AOC, comme d'ailleurs celle de tous les fromages romands, est plus difficile. Notre pâte dure a plus de peine à s'imposer face à l'Appenzell et au Tilsit notamment. Il en va de même dans les Grisons, où les fromages d'alpage sont très bien ancrés dans les habitudes alimentaires, ce qui laisse peu de place pour des fromages comme le nôtre.

En Suisse allemande, les détaillants préfèrent généralement le Gruyère AOC doux et le surchoix, qui totalisent 90 % des ventes. Ils aiment travailler toujours avec le même grossiste, et si possible avec le même producteur. Ils connaissent ainsi le produit qu'ils proposent sur leur étal. «La haute qualité du Gruyère AOC est reconnue par les professionnels», précise René Müller.

Une nouvelle tendance commence à émerger dans cette partie du pays. René Müller constate en effet que certains détaillants s'intéressent désormais au Gruyère AOC vieux ou d'alpage. Ils ont envie de faire connaître à leurs clients des spécialités aux saveurs plus prononcées. De leur côté, les consommateurs qui achètent ces spécialités veulent connaître l'histoire de notre fromage, la région de production, la fabrication. Ils n'achètent plus seulement un fromage, mais tout le terroir qui lui est associé. Une sorte de valeur ajoutée.

La promotion du Gruyère AOC, un atout pour les détaillants

«Aujourd'hui, les détaillants doivent être actifs, dynamiques, sinon ils ne peuvent survivre face aux supermarchés, aux hard discounters notamment, explique René Müller. L'an passé en Suisse allemande, entre 20 et 30 détaillants en fromage ont fermé leurs



portes. Pour éviter cette issue, pour attirer les clients, ils doivent se différencier, apporter un plus». Ils sont donc d'autant plus intéressés, lorsque René Müller leur propose des recettes, une brochure sur la fabrication du Gruyère AOC, des affiches, une ardoise à l'effigie du Gruyère AOC, et même des livrets de coloriage pour les enfants.

Actuellement, René Müller entame une nouvelle tournée en fournissant aux détaillants intéressés du matériel pour les vitrines extérieures: réchaud et caquelon à fondue, meule factice Gruyère AOC et affiche notamment. De quoi améliorer l'attractivité du produit, attirer les clients potentiels qui passent devant le magasin et influencer l'acte d'achat.

Les habitudes de consommation du Gruyère AOC

Depuis 2001, notre fromage est vendu partout sous le nom de Gruyère AOC Switzerland. Or, ce nom a de la peine à s'imposer. De nombreux consommateurs alémaniques disent encore : «J'ai acheté du Greyerzer». Les initiatives promotionnelles de l'IPG permettront peu à peu de changer cette dénomination. Un exemple: durant une année au moins, un bus ou un tram décoré entièrement aux couleurs du

Gruyère AOC a circulé à Berne, Bâle et Lucerne depuis mai 2007. Ces véhicules ont permis aux piétons et aux automobilistes qui passaient dans la ville d'identifier notre fromage et leur ont probablement donné envie d'en consommer. Pour ce qui est de la fondue moitié-moitié, elle est très appréciée Outre-Sarine. Mais, en Suisse allemande, 60 % des consommateurs achètent des mélanges déjà prêts avec le vin dans des supermarchés. Certains détaillants se démarquent en proposant des fondues avec un mélange de fromages fraîchement râpés, composé notamment de Gruyère AOC plus corsé.



Pour améliorer la promotion du Gruyère AOC

En rendant visite aux détaillants, René Müller est aux premières loges pour percevoir les réalités du terrain. Après chacune de ses visites, il fait un compte-

rendu pour l'Interprofession du Gruyère. Il y évoque notamment la manière dont le Gruyère AOC est présenté dans l'échoppe et les propositions du détaillant. Des informations importantes pour rester aux prises avec la réalité alémanique et promouvoir efficacement notre fromage.

A côté de la promotion auprès des détaillants alémaniques, l'IPG met également l'accent sur la promotion de notre fromage auprès des grands distributeurs.

C'est ainsi qu'elle s'associe à une agence spécialisée dans les dégustations de fromages pour organiser des animations dans des supermarchés alémaniques, comme elle le fait d'ailleurs dans l'ensemble du pays.

De septembre à mai de chaque année, des dégustations de Gruyère AOC sont organisées dans toutes les régions.

En tout, 400 jours de dégustations par année, répartis entre les différentes enseignes. De quoi renforcer l'intérêt des consommateurs pour le Gruyère AOC.



Förderung des Gruyère AOC in der deutschen Schweiz

Auf seinen Geschäftsreisen besucht René Müller gegenwärtig Detaillisten der deutschen Schweiz, zum vierten Mal seit 2007, um den Gruyère AOC zu fördern. Von St. Gallen bis Solothurn und über Thun und Schaffhausen hat er im letzten Jahr bei nicht weniger als 600 Detaillisten vorgeschrieben, täglich zwischen 6 bis 12 von ihnen. Er hebt dabei die Vorzüge des Gruyère AOC hervor und bietet Werbematerial an. Die Detaillisten empfangen ihn mit offenen Armen, denn sie schätzen unsern Käse sehr. Er ist von seiner Aufgabe überzeugt: „Mein Ziel besteht darin, den Absatz auszuweiten. Daran glaube ich. Niemals darf vergessen werden, dass mehrere kleine Spezialgeschäfte mengenmässig einem grossen gleichkommen.“

Der Gruyère AOC wird nicht überall in der deutschen Schweiz im gleichen Sinn wahrgenommen. In der Zentralschweiz sind der Sbrinz und der Alpkäse sehr geschätzt. Auf dem Tisch der Konsumenten nehmen indessen auch der Gruyère AOC und der Emmentaler AOC einen Vorzugsplatz ein.

Die Absatzförderung für den Gruyère AOC, wie auch für alle anderen Käse aus der Romandie, gestaltet sich in der Ostschweiz schwieriger. Gegenüber dem Appenzeller Käse und dem Tilsiter hat unser Hartkäse einen schweren Stand. Das gleiche gilt für Graubünden, wo die Alpkäse auf dem Menü zettel der Konsumenten zu oberst aufgeführt sind. Dies lässt einem Käse wie dem unseren nur geringe Erfolgsaussichten zu. In der deutschen Schweiz ziehen die Detaillisten im Allgemeinen milden Gruyère AOC oder den Surchoix vor. Diese machen 90 Prozent des Absatzes aus. Sie arbeiten gerne mit dem Stammlieferanten zusammen sowie, wenn möglich, mit dem gleichen Käser. Sie kennen also den Käse, den sie im Schaufenster anbieten. Dazu sagt René Müller: „Die hohe Qualität des Gruyère AOC wird von den Berufsleuten anerkannt.“

In diesem Landesteil beginnt sich ein neuer Hang breit zu machen. René Müller stellt in der Tat fest, dass gewisse Detaillisten eine Vorliebe für den reifen oder den Alp-Gruyère AOC entwickeln. Es geht ihnen darum, ihren Kunden Spezialitäten anzubieten, die mehr Ge-

schmack aufweisen. Andererseits wollen die Konsumenten, die Spezialitäten kaufen, die Geschichte unseres Käses kennen sowie das Produktionsgebiet und die Herstellungsweise. Sie kaufen nicht mehr nur einen Käse, sondern sie setzen sich mit dem Ursprung, der damit verbunden ist, auseinander. Davon versprechen sie sich einen Mehrwert.

Die Förderungsmassnahmen, ein Trumpf für die Detaillisten
René Müller gibt zu bedenken: „Heute sind die Detaillisten sehr tüchtig und dynamisch, sonst können sie gegenüber den Grossverteilern, vor allem den Discountgeschäften, nicht bestehen. Im letzten Jahr haben in der deutschen Schweiz zwischen 20 und 30 Käsedetaillisten aufgegeben. Um dieses Schicksal abzuwenden, um neue Kunden zu gewinnen, müssen sie differenzieren, ein Mehr bieten.“ Deshalb stösst René Müller auf reges Interesse, wenn er ihnen Rezepte, Broschüren über die Käseproduktion, Plakate, eine Tafel mit der Darstellung des Gruyère AOC oder sogar Malhefte für die Kinder anbietet. Gegenwärtig beginnt für René Müller eine neue Geschäftsreise und er bringt



den interessierten Detaillisten Material für die Aussenschaufenster: vor allem sind es Kochplatten und Fonduetöpfe, Käseattrappen mit der Aufschrift „Gruyère AOC“ sowie Plakate. Dies erhöht die Anziehungskraft des Erzeugnisses und zieht potenzielle Kunden an, die am Geschäft vorübergehen. Damit beeinflussen sie den Kaufakt.

Die Konsumgewohnheiten des Gruyère AOC

Seit 2001 wird unser Käse überall unter der Bezeichnung Gruyère AOC Switzerland verkauft. Doch dieser Name hat Mühe, sich durchzusetzen. Viele Deutschschweizer sagen immer noch: „Ich habe Greyerzer gekauft.“ Die Fördermassnahmen der Sortenorganisation Gruyère sollten indessen ermöglichen, diese Fehlbezeichnung zu beseitigen. Dazu ein Beispiel: während mindestens eines Jahres, d.h. seit Mai 2007, waren in Bern, Basel und Luzern ein Bus oder ein Tram mit den Farben des Gruyère AOC unterwegs. Diese Fahrzeuge erleichterten es den Fussgängern und den Autofahrern, die sich in diesen Städten befanden, unsern Käse zu erkennen und ihn vielleicht auch zu geniessen.

Die Fondue moitié-moitié ist in der deutschen Schweiz sehr geschätzt. Doch ziehen es 60 Prozent der Konsumenten

vor, in den Geschäften der Grossverteiler fertige Mischungen mit Zusatz von Wein zu kaufen. Gewisse Detaillisten profilieren sich, indem sie eine Fondue mit einer Mischung von frisch geriebenen Käsen anbieten, die würzigen Gruyère AOC enthält.



Wie kann die Förderung des Gruyère AOC verbessert werden?

Dank seinen Besuchen bei den Detaillisten arbeitet René Müller an vorderster Front, um die Wirklichkeit des Verkaufs zu beurteilen. Nach jedem seiner Besuche berichtet er der Sortenorganisation Gruyère schriftlich. Darin führt er aus, wie der Gruyère AOC im Laden dargestellt wird und welche Vorschläge der Detaillist anbringt. Dies sind wichtige Hinweise, um die Realität innerhalb der deutschen Schweiz zu erkennen und unsern Käse wirksam zu fördern.

Die Sortenorganisation fördert den Gruyère AOC nicht nur bei den Detaillisten der deutschen Schweiz, auch die Grossverteiler werden in das Konzept einbezogen.

So arbeitet sie mit einer Agentur zusammen, die auf Käsedegustationen spezialisiert ist, um auf den dortigen Supermärkten Förderungsarbeit zu leisten. Dies tut sie übrigens in der ganzen Schweiz.

In allen Regionen werden jeweils von September bis Mai Degustationen von Gruyère AOC durchgeführt. Insgesamt sind es jährlich 400 Degustationstage, bezogen auf die verschiedenen Produktgruppen.

Dies stärkt die Bindung der Konsumenten zum Gruyère AOC.

LE GRUYÈRE[®]
SWITZERLAND 



Coup de chapeau

Le Gruyère AOC a été une nouvelle fois à la fête lors du concours de la foire au fromage de Nantwich au Royaume-Uni, en juillet dernier.

Dans la catégorie «Best Swiss Cheese», la médaille d'or est revenue à Benoît et René Kolly de la fromagerie du Mouret, alors que Alexandre Guex, de Châtonnaye se voyait attribuer la médaille de bronze.

Dans la catégorie bio, la fromagerie Cremo aux Moulins a remporté la médaille d'or.

On soulignera enfin qu'un «Gruyère AOC» fabriqué chez Cremo SA a remporté la mention «très recommandé».

A tous ces fromagers et aux producteurs qui livrent leur lait dans ces laiteries, nous adressons nos plus vives félicitations!

Le Gruyère d'alpage AOC champion toutes catégories aux Swiss Cheese Award 08



L'Interprofession du Gruyère est fière de pouvoir féliciter les lauréats des Swiss Cheese Award 2008 qui se sont déroulés le 12 septembre 2008, au Toggenburg.



Le Grand Vainqueur toutes catégories est Monsieur Jean-Louis Roch, de l'alpage de Theraula d'Avau, avec son Gruyère d'Alpage AOC. Il a été également vainqueur dans la catégorie Gruyère d'alpage AOC.

Le gagnant dans la catégorie Gruyère AOC est Monsieur Jean-Marie Dunand

de la fromagerie du Crêt près Semsales.

Nos félicitations vont également aux fromagers de Gruyère AOC ayant obtenu différentes distinctions pour leurs autres spécialités.

Sur les 500 fromagers suisses qui participaient à ce concours, le Gruyère AOC était représenté par 50 fromagers, dont 33 fromageries et 17 alpages.

L'interprofession se félicite de la création de la catégorie des Gruyère d'alpage AOC dans le cadre des Swiss Cheese Award. Cette catégorie n'existait pas jusqu'à ce jour. Ce produit est donc désormais reconnu à sa juste valeur.

Par ces concours, le travail de toute la filière est récompensé. La très haute qualité qui en ressort est le meilleur gage pour l'avenir du Gruyère AOC.

Wir gratulieren

Der Gruyère AOC konnte erneut einen denkwürdigen Erfolg feiern. Dies geschah im vergangenen Juli anlässlich der Käsemesse von Nantwich im Vereinigten Königreich.

In der Kategorie „Best Swiss Cheese“ ging die Goldmedaille an Benoît und René Kolly von Le Mouret, während Alexandre Guex von Châtonnaye die Bronzemedaille erhielt. Im Bereich der Bio-Käse errang die Käseerei Cremo in Les Moulins die Goldmedaille. Ergänzt wird dieses ausgezeichnete Ergebnis schliesslich durch den „Gruyère Premier Cru“ der Firma Cremo AG; dieser Käse wurde mit der Bezeichnung „sehr empfehlenswert“ ausgezeichnet. An alle diese Käser und an alle ihnen angeschlossenen Milchproduzenten gehen unsere herzlichen Glückwünsche!

Der Alp-Gruyère AOC ist Sieger aller Kategorien des Swiss Cheese Award 2008

Die Sortenorganisation Gruyère freut sich ausserordentlich, die Sieger des Swiss Cheese Award 2008, der am 12. September 2008 im Toggenburg stattfand, zu beglückwünschen.

Der herausragende Sieger aller Kategorien ist Jean-Louis Roch vom Alpbetrieb Theraula d'Avau mit seinem Alp-Gruyère AOC. Er ist ausserdem Sieger in der Kategorie Alp-Gruyère AOC.

In der Kategorie Gruyère AOC heisst der Sieger Jean-Marie Dunand von der Käseerei Le Crêt bei Semsales.

Unsere Glückwünsche gehen auch an Gruyère-Käser, denen für ihre weiteren Spezialitäten verschiedene andere Auszeichnungen zuerkannt wurden.

An diesem Wettbewerb nahmen insgesamt 500 schweizerische Käse teil. Der Gruyère AOC war mit 50 Käsern vertreten, davon 33 Käseereien und 17 Alpbetriebe.

Die Sortenorganisation nimmt mit Befriedigung zur Kenntnis, dass im Rahmen des Swiss Cheese Award die Kategorie Alp-Gruyère AOC geschaffen wurde. Bis heute gab es diese Kategorie nicht. Dieses Erzeugnis wird also künftig zu seinem wahren Wert eingeschätzt.

Dieser Wettbewerb hat die Arbeit einer ganzen Sortenorganisation gewürdigt. Der hohe Qualitätsstand, der erneut erreicht wurde, ist für die Zukunft des Gruyère AOC sehr ermutigend.



Gnocchis de pommes de terre aux épinards et au Gruyère AOC

Pour 4 personnes

- 500 g d'épinards frais
- Sel
- 1 kg de gnocchis de pommes de terre
- 4 tomates
- 1 pot de demi-crème
- Poivre
- 1 gousse d'ail
- 150 g de Gruyère AOC

Mettre les épinards dans de l'eau bouillante salée et les faire blanchir 2 minutes. Les prélever avec une écumoire et les laisser refroidir dans de l'eau glacée.

Faire cuire les gnocchis dans de l'eau bouillante salée pendant environ 3 minutes.

Couper les tomates en dés. Assaisonner la crème fraîche avec du sel et du poivre, et ajouter la gousse d'ail pressée. Râper le Gruyère AOC. Mettre un peu de fromage de côté.

Bien égoutter les épinards. Les ajouter aux gnocchis, à la crème fraîche et au fromage.

Mettre le tout dans un plat à gratin et saupoudrer avec le reste de fromage. Faire gratiner au four à 200 degrés pendant 20 minutes.

Für 4 Personen

Gnocchi mit Spinat und Gruyère AOC

- 500 g frischer Blattspinat
- Salz
- 1 kg Kartoffelgnocchi
- 4 Tomaten
- 1 Becher Saucehalbrahm
- Pfeffer
- 1 Knoblauchzehe
- 150 g Gruyère AOC

Blattspinat in kochendes Salzwasser geben, 2 Minuten blanchieren. Mit einer Schaumkelle herausnehmen und in eiskaltem Wasser auskühlen.

Kartoffelgnocchi in siedendem Salzwasser ca. 3 Minuten ziehen lassen.

Tomaten in Würfeli schneiden. Saucehalbrahm mit Salz und Pfeffer würzen, Knoblauchzehe dazupressen. Gruyère AOC reiben. Etwas Käse beiseite legen.

Spinat gut ausdrücken. Mit Kartoffelgnocchi, Saucehalbrahm und Käse vermischen. In eine Gratinform verteilen, restlichen Käse darüber streuen. Im 200 Grad heißen Ofen 20 Minuten backen.

LE GRUYÈRE[®]
SWITZERLAND 

Chaque mois, retrouvez une nouvelle recette sur www.gruyere.com





Risotto au chou-fleur avec du Gruyère AOC

Pour 4 personnes

- 1,2 l de bouillon
- 1 oignon
- 1 gousse d'ail
- 150 g de lardons
- 1 cuillère à soupe d'huile d'olive
- 300 g de riz pour risotto
- 1 dl de vin blanc
- 500 g de chou-fleur
- 125 g de Gruyère AOC râpé
- 50 g de cresson
- 2 cuillères à soupe de jus de citron
- Sel, poivre

Faire bouillir le bouillon.

Hacher finement l'oignon et l'ail. Les faire revenir dans l'huile chaude avec les lardons.

Ajouter le riz et le faire blondir 1 à 2 minutes à feu moyen.

Ajouter le vin blanc. Dès que le liquide est absorbé, ajouter le bouillon petit à petit en remuant.

Séparer le chou-fleur en fleurettes.

Les faire cuire 10 minutes, les ajouter au risotto et finir de cuire encore 10 minutes.

Détailler le cresson et l'ajouter à la préparation avec le fromage.

Assaisonner avec le jus de citron, du sel et du poivre.

Blumenkohl-Risotto mit Gruyère AOC

Für 4 Personen

- 1,2 l Bouillon
- 1 Zwiebel
- 1 Knoblauchzehe
- 150 g Speckwürfel
- 1 EL Olivenöl
- 300 g Risottoreis
- 1 dl Weisswein
- 500 g Blumenkohl
- 125 g Gruyère AOC, gerieben
- 50 g Kresse
- 2 EL Zitronensaft
- Salz, Pfeffer

Bouillon aufkochen. Zwiebel und Knoblauch fein hacken. Mit den Speckwürfel im warmen Öl andünsten.

Reis zugeben, 1-2 Minuten bei mittlerer Hitze glasig dünsten, mit Weisswein ablöschen. Sobald die Flüssigkeit aufgesogen ist, Bouillon portionenweise dazurühren.

Blumenkohl in Röschen teilen. Nach 10 Minuten Kochzeit zum Risotto geben und in weiteren 10 Minuten fertig garen.

Kresse etwas zerkleinern und mit Käse darunter mischen. Mit Zitronensaft, Salz und Pfeffer abschmecken.

Jeden Monat finden Sie ein neues Rezept auf www.gruyere.com



Le Gruyère AOC soutient des événements sportifs d'envergure

Athlétisme

La perspective des championnats d'Europe d'athlétisme en 2010 à Barcelone est une opportunité hors du commun pour faire découvrir et connaître notre produit à travers l'Europe. Jusqu'en 2010 auront lieu plusieurs compétitions d'athlétisme européennes (SPAR european cup, European Athletics Indoor Cup, SPAR European Cross Country Championships,...). Durant ces manifestations, le Gruyère AOC sera visible au niveau télévisuel et également sur les places de concours qui s'étendent dans toute l'Europe. La découverte et la dégustation du Gruyère AOC revêtent une grande importance pour sa promotion. Sur place les spectateurs de tous pays pourront donc goûter ce succulent fromage AOC.

C'est ainsi que le Gruyère AOC a déjà ravi 20'000 spectateurs de la 29e **Coupe d'Europe SPAR** les 21 et 22 juin 2008. Plus de 400 athlètes de 10 pays y participaient. 150 journalistes avaient fait le déplacement. Pour valoriser le Gruyère AOC durant ces événements, l'IPG collabore avec les antennes de

SCM, Switzerland Cheese Marketing, dans les pays concernés, comme par exemple la France, l'Espagne, le Portugal, la Grande-Bretagne et l'Italie.

Mille Gruyère

Ce projet, né d'une collaboration avec Swiss Athletics donne la possibilité aux jeunes sportifs endurants de se distinguer, ce qui leur permettra peut-être de poursuivre dans l'élite de notre pays. Les écolières et les écoliers, âgés entre 10 et 15 ans, peuvent se qualifier pour la grande finale suisse du 1'000 m, lors des 14 finales régionales et cantonales. Plus de 2'000 enfants ont parcouru cette distance de 1'000 mètres, ceci dans toute la Suisse. La finale a eu lieu le 28 septembre à Affoltern.

Ce partenariat nous offre la possibilité d'entrer en contact de manière directe et sympathique avec les jeunes sportifs et de leur faire apprécier encore davantage le Gruyère AOC. Pour davantage de renseignements, vous pouvez surfer sur le site: www.millegruyere.ch qui a beaucoup de succès, puisque plus de 100 personnes s'y connectent chaque jour.

Cyclisme

Le Gruyère AOC était présent sur les routes nationales, lors du **Tour de Romandie** qui s'est déroulé du 29 avril au 4 mai 2008 et du Tour de Suisse du 14 au 22 juin 2008. Les véhicules de l'Interprofession du Gruyère ont distribué des morceaux de Gruyère AOC et des petits gadgets à l'effigie du Gruyère AOC au sein de la caravane publicitaire. Dans le village des sponsors de chaque étape, les spectateurs ont dégusté des portions de fromages de plusieurs affines différents et bien entendu la fonde moitié - moitié.



Sur ces deux événements plus de 25'000 sticks ont été distribués dans toute la Suisse. L'engouement le long des routes est à chaque fois très fort lorsque le Tour passe.



Paléo Festival

Une fois de plus, le succès était au rendez-vous au **Paléo Festival de Nyon** du 22 au 27 juillet 2008. L'équipe de l'IPG a vendu plus de 10'000 hot fondues à des festivaliers conquis par des artistes comme Manu Chao, Mika, Thomas Dutronc et Grand Corps Malade. Durant les six jours, notre produit a été associé aux succès populaires, aux révélations musicales, aux rencontres avec les amis, aux loisirs. Quoi de mieux pour rappeler que le Gruyère AOC peut être de toutes les fêtes !

Le Gruyère AOC à l'honneur à Zermatt

Il est difficile de ne pas reconnaître notre pâte dure sur le nouveau bus électrique qui dessert la station valaisanne.

Ce véhicule peut transporter quelque 80 voyageurs le long de la rue principale, entre la gare et les chemins de fer de montagne. Il vient compléter les 7 véhicules électriques déjà existants décorés à l'effigie du Gruyère AOC.



Ce partenariat entre notre fromage et ce moyen de transport favorable à l'environnement est particulièrement réussi, puisque tous deux donnent une image proche de la nature et respectueuse du paysage.

Dans le même temps, Zermatt fêtait les 20 ans des bus électriques. A cette occasion, le Gruyère AOC a reçu le 9 août un accueil mémorable. Après une soirée passée avec les chauffeurs de bus, afin de leur présenter le Gruyère AOC, nous avons pu présenter nos produits sur la place de la Gare de Zermatt ! En quelques heures, 700 hot fondues et plus de 100 kg de Gruyère AOC ont été vendus. Qu'ils soient Suisses, Japonais, Allemands, Italiens ou Français, tous ont apprécié notre produit.

Divers

En août et septembre, le Gruyère AOC était présent à la **Fête du blé et du pain à Echallens**, à la **Braderie de Porrentruy**, à la **Gruyère Cycling tour à Bulle**, à la **Züspa** (la foire d'automne de Zurich), aux journées du fromage aux **Swiss Cheese Awards Toggenburg**, à **InterMopro** (le Salon international des produits frais) à Düsseldorf.

Et pour terminer, pourquoi pas un regard sur la saison hivernale

Les 34'000 spectateurs accourus à **Adelboden** n'ont pas manqué de voir la présence du Gruyère AOC sur le site de

la Coupe du monde de ski alpin les 5 et 6 janvier 2008. Tout au long de l'épreuve, l'équipe de l'IPG a distribué des centaines de sticks et 3'000 hot fondues à un public enthousiaste et heureux de pouvoir déguster notre produit.

Le Gruyère AOC a participé une nouvelle fois aux **Champs Open de Crans Montana** du 1er au 10 février 2008. Tous les snowboarders et free-riders présents à cette compétition ont pu déguster nos fameux sticks de fromages. Ils se sont régalés des traditionnelles hot fondues proposées sur les pistes de ski.



Durant l'hiver dernier, 1'800 étudiants et apprentis ont participé au **Rivella Giant Tour**, compétitions de snowboard ainsi que de skicross et big air ski, deux formes de ski acrobatique. Durant ces épreuves (10 compétitions dans 5 stations et finale à Leysin, le 21 février), le Gruyère AOC s'est montré présent avec divers visuels et des distributions de sticks. Une opération largement réussie au vu de l'enthousiasme qui régnait autour de la tente du Gruyère AOC.



Promotion d'envergure en France

Salon de l'agriculture de Paris

Depuis plusieurs années, l'IPG met l'accent sur le Salon de l'Agriculture de Paris pour promouvoir notre fromage en France. Ce salon, qui se déroule à la fin février, attire plusieurs centaines de milliers de visiteurs.



En 2008, nous avons construit, avec d'autres associations partenaires, un stand de 350 m². Un chalet de fabrication nous permettait tout d'abord de fabriquer une meule chaque jour, en direct, devant des centaines de personnes. Le restaurant de 110 places était destiné au service de la fondue moitié-moitié. C'est ainsi que quelque 3'000 fondues ont été servies durant les 9 jours du Salon. Pour la dégustation et la vente, 10 sortes de fromages étaient présentés sur le stand. Le Gruyère AOC était proposé à la dégustation sous forme de bouchées de fondue et de sticks. Notre produit phare occupait en outre 4 vitri-

nes réparties sur le pourtour du stand et le DVD expliquant la filière tournait en boucle sous le regard des passants. Tous fromages confondus, nous en avons vendu 3'500 kg, dont plus de 1'000 kg de mélange pour la fondue et 660 kg de Gruyère AOC à la coupe. Visiblement, les Parisiens apprécient beaucoup notre stand où le personnel est exclusivement suisse (c'est important pour l'accent!) et – touche d'exotisme — habillé en costume traditionnel fribourgeois.

Foire de Lyon

Une fois le Salon de Paris terminé, nous avons mis le cap sur Lyon pour la Foire, du 21 au 31 mars. Ici, l'opération était menée par Le Gruyère AOC, le Vacherin fribourgeois AOC et la maison Kursner Vins. Le stand de dégustation et de vente occupait 30 m². Une surface certes nettement plus modeste qu'à Paris, mais qui n'en était pas moins très attractive avec ses 4 vitrines frigorifiques. Nous avons vendu quelque 800 kg de fromage et permis à plusieurs milliers de Lyonnais de (re)découvrir nos savoureux produits. La région de Lyon est historiquement attachée au Gruyère AOC. Au XVIII^e siècle en effet, le principal acheteur du fromage produit en Gruyère à l'époque n'était autre que... le comptoir de Lyon !

Agenda

- **Du 9 au 19 octobre 08**
OLMA
foire nationale de l'agriculture et de l'alimentation, à Saint-Gall
- **Du 18 au 23 octobre 08**
SIAL
Salon des professionnels fromagers à Paris
- **Du 29 octobre au 2 novembre 08**
Salon Suisse des Goûts et Terroirs à Bulle
- **Du 6 au 13 décembre 08**
Championnat d'Europe de Curling en Suède
- **Le 14 décembre 08**
Championnat européen de Cross Country à Bruxelles



- **Les 20 et 21 décembre 08**
Coupe du monde de Ski à St-Moritz - Dames



Der Gruyère AOC unterstützt bedeutende Sportanlässe

Leichtathletik

Im Hinblick auf die Europameisterschaften in Leichtathletik von 2010 in Barcelona besteht die einzigartige Möglichkeit, unser Erzeugnis innerhalb Europas durch ein breites Publikum entdecken und schätzen zu lassen. Bis zu diesem Datum werden mehrere europäische Anlässe der Leichtathletik stattfinden (SPAR european cup, European Athletics Indoor Cup, SPAR Cross Country Championships usw.). Dabei wird der Gruyère AOC europaweit im Fernsehen und auch in den Austragungsorten zugegen sein. Die Entdeckung und die Degustation des Gruyère AOC sind für seine Förderung ausserordentlich wichtig. Vor Ort werden die Zuschauer diesen köstlichen AOC-Käse kosten können. So geschah es bereits anlässlich des 29. Eurpapokals SPAR vom 21. bis 22. Juni 2008. Mehr als 400 Athleten aus 10 Ländern nahmen daran teil. 150 Presseleute waren zugegen. Um den Gruyère AOC bei all diesen Veranstaltungen aufzuwerten, arbeitet die Sortenorganisation Gruyère in den betroffenen Ländern mit der

SCM (Switzerland Cheese Marketing) zusammen, beispielsweise in Frankreich, Spanien, Portugal, Grossbritannien und Italien.

Mille Gruyère

Dieses Projekt, das in Zusammenarbeit mit Swiss Athletics verwirklicht wurde, bietet jungen, ausdauernden Sportlern die Möglichkeit, sich auszuzeichnen, was ihnen vielleicht den Aufstieg in die Elite unseres Landes ermöglichen wird. An 14 regionalen und kantonalen Ausscheidungen können sich Schülerinnen und Schüler zwischen 10 und 15 Jahren für das schweizerische Finale über 1'000 Meter qualifizieren. Mehr als 2'000 Kinder haben in der ganzen Schweiz diese Strecke von 1'000 Metern zurückgelegt. Das Finale hat am 28. September in Affoltern a.A. stattgefunden. Diese Partnerschaft bietet uns die Möglichkeit, in einer direkten und sympathischen Weise mit jungen sportlichen Personen in Verbindung zu treten und ihnen den Genuss des Gruyère AOC zu ermöglichen. Weitere Auskünfte dazu sind erhältlich über die Website

<http://www.millegruyere.ch/>, die sehr erfolgreich ist, wird sie doch täglich von mehr als 100 Personen angeklickt.

Rad

Der Gruyère AOC war auf unsern Landesstrasse zugegen anlässlich der **Tour de Romandie**, die vom 29. April bis zum 4. Mai 2008 stattfand, und der **Tour de Suisse** vom 14. bis 22. Juni 2008. Von den Fahrzeugen der Sortenorganisation Gruyère wurden im Rahmen der Werbekarawane Häppchen Gruyère AOC und kleine Werbeerzeugnisse mit der Aufschrift Gruyère AOC verteilt. Im Sponsorendorf jeder Etappe konnten die Zuschauer Proben von Käse von unterschiedlich langer Reifezeit und selbstverständlich das Fondue moitié-moitié kosten. In beiden Radrennen wurden in der ganzen Schweiz mehr als 25'000 Käsehäppchen verteilt. Die Begeisterung am Rande der Strassen steigt selbstverständlich, wenn die Tour vorüber rast.

Paleo Festival

Einmal mehr liess der Erfolg anläss-



lich des Paléo Festival von Nyon vom 22. bis 27. Juli 2008 nicht auf sich warten. Das Team der Sortenorganisation Gruyère verkaufte mehr als 10'000 Hot Fondues an die Besucher, die gekommen waren, um Künstlern wie Manu Chao, Mika, Thomas Dutronc und Grand Corps Malade zuzuhören. Während den sechs Tagen hatte unser Erzeugnis Teil am populären Erfolg, an den musikalischen Auftritten, an den Gesprächen unter Freunden, an den Mussestunden. Was braucht es mehr, um daran zu erinnern, dass der Gruyère AOC zu jedem Fest gehört!

Zermatt

Unser Käse wird in Zermatt gut aufgenommen. Es ist unmöglich, unsern Hartkäse auf dem neuen Elektrobus nicht zu beachten, der diesen Walliser Kurort bedient. Dieses Fahrzeug kann etwa 80 Reisende auf der Hauptstrasse zwischen dem Bahnhof und den Bergbahnen aufnehmen. Es ergänzt die sieben bereits vorhandenen elektrischen Fahrzeuge, die mit dem Bild des Gruyère AOC versehen sind. Die Partnerschaft zwischen unserm Käse und diesem umweltfreundlichen Fahrzeug darf als besonders geglückt gelten, denn in beiden Fällen wird der Eindruck des naturnahen Umgangs mit der Umwelt erweckt.

Gleichzeitig feierte Zermatt die 20

Jahre der elektrischen Fahrzeuge. Dem Gruyère AOC wurde am 9. August ein denkwürdiger Empfang bereitet. Nach einem mit den Buschauffeuren zugebrachten Abend, an dem ihnen der Gruyère AOC vorgestellt wurde, konnten wir unsere Erzeugnisse ausserdem auf dem Zermatter Bahnhofplatz anbieten! Innert weniger Stunden wurden 700 Hot Fondues und mehr als Hundert Kilogramm Gruyère AOC verkauft. Allen mundete unser Käse, ob sie nun Schweizer, Japaner, Deutsche, Italiener oder Franzosen waren.

Verschiedenes

Im August und September nahmen wir mit dem Gruyère AOC am Fest des Getreides und des Brotes in Echallens teil, aber auch am Strassenverkauf in Porrentruy, an der Gruyère Cycling Tour in Bulle, an der Züspa (Herbstmesse in Zürich), an den Käsetagen mit den Swiss Cheese Awards im Toggenburg, an der InterMopro (internationale Messe der Frischerzeugnisse) in Düsseldorf.

Werfen wir zum Schluss noch einen Blick auf die Wintersaison

Die 34'000 Zuschauer konnten am Standort des Skiweltcups vom 5. und 6. Januar 2008 in Adelboden die Werbung für den Gruyère AOC gewiss nicht übersehen. Während der ganzen Dauer des Wettkampfes verteilte das

Team der Sortenorganisation Häppchen dieses Käses und 3'000 Hot Fondues an das Publikum, das über diese Degustation begeistert und glücklich war.

Vom 1. bis 10. Februar 2008 hat der Gruyère AOC erneut an den Champs Open von Crans Montana teilgenommen. Dabei konnten alle an diesem Wettbewerb teilnehmenden Snowboarder und Free-Rider unsere bekannten Käseproben kosten. Auf den Skipisten wurden ihnen die traditionellen Hot Fondues angeboten.

Im Winter 2007/2008 nahmen 1'800 Studenten und Lehrlinge am Rivella Giant Tour teil. Es handelt sich um Wettbewerbe in Snowboard sowie in Skicross und Big Air Ski, zwei Formen der Skiakrobatik. Im Laufe dieser Wettkämpfe (10 Wettbewerbe in 5 Urlaubsorten mit dem Finale vom 21. Februar in Leysin) waren wir mit dem Gruyère AOC mit geeignetem Material und dank der Verteilung von Käseproben zugegen. Diese Anlässe dürfen angesichts der vor dem Zelt des Gruyère AOC herrschenden Begeisterung als sehr gelungen bezeichnet werden.



Vu à la TV!

Le Gruyère AOC suisse, pas de trou... que du goût!



Breit angelegte Verkaufsförderung in Frankreich

Salon de l'Agriculture in Paris
Seit mehreren Jahren legt die Sortenorganisation Gruyère ein besonderes Gewicht auf den Auftritt im Salon de l'Agriculture in Paris, um unsern Käse zu fördern. Dieser Anlass findet jeweils Ende Februar statt und zieht mehrere Hunderttausend Besucher an.

Wir haben 2008 mit Partnerverbänden einen Ausstellungsstand von 350 Quadratmetern verwirklicht. In einem Chalet konnten wir täglich vor Ort im Beisein von Tausenden von Personen einen Laib herstellen. In einem Restaurant von 110 Plätzen wurde Fondue moitié-moitié angeboten. Innerhalb der neun Tage dieses Salons konnten so 3'000 Portionen dieser Fondue abgesetzt werden. Auf dem Stand standen für die Degustation und für den Verkauf zehn Käsesorten bereit. Vom Gruyère AOC wurden Kostproben in Form von Fondue und Häppchen Käse angeboten. Unser Käse wurde rund um den Stand in vier Schaufenstern gezeigt und in einer DVD wurde den Zuschauern unsere Sortenorganisation erklärt. Von allen Käsen verkauften wir 3'500 kg, davon

mehr als 1'000 kg Fonduemischung und 660 kg Gruyère AOC als Schnittkäse. Offenkundig schätzen die Pariser unseren Stand, dessen Personal ausschliesslich aus der Schweiz stammt (dies ist wegen der besonderen Aussprache wichtig!) und das mit der traditionellen Freiburger Tracht gekleidet ist, was ihm einen exotischen Charme verleiht.

Foire de Lyon

Nach dem Auftritt in Paris begaben wir uns nach Lyon, wo die Messe vom 21. bis 31. März stattfand. Dort übernahmen der Gruyère AOC, der Vacherin fribourgeois AOC und die Firma Weine Kursner die Verantwortung. Der Stand für die Degustationen und für den Verkauf nahm 30 Quadratmeter in Anspruch. Die Fläche war tatsächlich viel kleiner als in Paris, doch die Ausstrahlung mit vier gekühlten Schaufenstern darf als sehr verlockend bezeichnet werden. Wir verkauften 800 kg Käse und mehrere Tausend Personen aus Lyon feierten das Wiedersehen mit unseren köstlichen Erzeugnissen. Von alters her ist Lyon mit dem Gruyère eng verbunden. Im 18. Jahrhundert war der wichtigste Käufer des Erzeugnisses aus der damaligen Gruyère niemals anders als ... der Comptoir de Lyon!

Agenda

- **9. bis 19. Oktober 2008**
OLMA
Schweizer Messe für Landwirtschaft und Ernährung in St.Gallen
- **18. bis 23. Oktober 2008**
SIAL
Internationale Messe für Lebensmittel in Paris
- **29. Oktober bis 2. November 2008**
Salon Suisse des Goûts et Terroirs in Bulle
- **6. bis 13. Dezember 2008**
Curling-Europameisterschaft in Schweden
- **14. Dezember 2008**
Europameisterschaft in Cross-Country in Brüssel
- **20. und 21. Dezember 2008**
Alpiner Skiweltcup Damen in St.Moritz



Ein Käser des Gruyère AOC wird Sieger an den Paralympischen Spielen

Urs Kolly, Käser in St. Antoni, hat an den Paralympischen Spielen von Peking die Bronzemedaille gewonnen. Zum fünften Mal war Urs Kolly Ende August an Paralympische Spiele gereist. In der Vorbereitungszeit war er von Verletzungen nicht verschont geblieben und viel Arbeit lastete auf ihm.

Er hatte am 1. Mai 2007, also wenige Zeit vor den Paralympischen Spielen, die Käserei St. Antoni übernommen und sich damit arbeitsreiche Tage aufgebürdet. Im Juli 2008 erklärte er uns, dass er nach der so eingehandelten Müdigkeit noch nicht voll zu Kräften gekommen war. Es ist gewiss nicht einfach, als Vater, Betriebschef und Spitzensportler alles auf einen Nenner zu bringen. Der Freiburger liess sich aber nicht entmutigen. Er hat damit erneut allen seine Hartnäckigkeit und seine Charakterfestigkeit bewiesen.

Die Sortenorganisation dankt Urs Kolly herzlich für sein herausragendes sportliches Ergebnis, das uns alle träumen lässt. Bei der Beurteilung seiner Ergebnisse darf man festhalten, dass mit eisernem Willen vieles möglich wird!

Gibt es übrigens ein Wundermittel, dank dem eine derartige Spitzenleistung möglich wird? Vielleicht genoss unser Medaillen-Käser jeweils nach dem Training ein Stück Gruyère AOC, was ihm ungeahnte Kräfte verliehen hat.

In seiner sportlichen Laufbahn hat Urs Kolly an Paralympischen Spielen bereits 7 Gold- sowie 6 Silber- und 6 Bronzemedailien gewonnen.

Un fromager du Gruyère AOC champion paralympique

Urs Kolly, fromager à St- Antoine, a obtenu une médaille de bronze aux jeux paralympiques de Pékin. Parti à la fin août pour ses cinquièmes jeux paralympiques, Urs Kolly n'a pas été épargné par les blessures et la masse de travail.

Ayant repris la fromagerie de St- Antoine le 1er mai 2007, peu avant les Jeux Olympiques, il a eu des journées bien remplies. En juillet dernier, il nous confiait qu'il peinait à récupérer toute la fatigue accumulée. En effet, ce n'est pas une mince affaire de concilier les rôles de père de famille, chef d'entreprise et sportif d'élite. Le Fribourgeois ne s'est pas laissé démoraliser. Il a prouvé une nouvelle fois sa ténacité et sa force de caractère.



Le Gruyère AOC tient à remercier Urs Kolly de faire rêver un grand nombre de personnes: en voyant ses résultats, on se dit qu'avec une telle volonté, tout devient possible !

Mais au fait, existe-t-il une recette miracle pour atteindre cette performance extraordinaire? Peut-être qu'un morceau de Gruyère AOC après l'entraînement redonne toute l'énergie à notre fromager champion.



Durant sa carrière sportive, Urs Kolly a déjà obtenu 7 médailles d'or aux paralympiques, 6 d'argent et 6 de bronze.

LE GRUYÈRE AOC SUR NOS TROIS CHÂÎNES NATIONALES ET SUR TF1 ET M6

DU 13 AU 26 OCTOBRE, UNE PUBLICITÉ POUR LE GRUYÈRE AOC EST DIFFUSÉE SUR NOS TROIS CHÂÎNES NATIONALES. CE SPOT EST DÉJÀ CONNU DES TÉLÉSPECTATEURS SUISSES, PUISQU'IL A ÉTÉ PRÉSENTÉ UNE PREMIÈRE FOIS L'AN PASSÉ. C'EST DONC UNE FAÇON DE REDONNER L'EAU À LA BOUCHE DES TÉLÉSPECTATEURS ET DE RAPPELER COMBIEN LE GRUYÈRE AOC A SA PLACE SUR TOUTES LES TABLES, LORS DES REPAS QUOTIDIENS ET FESTIFS.

POUR LA DEUXIÈME FOIS, UNE PUBLICITÉ ADAPTÉE AUX CONSOMMATEURS FRANÇAIS SERA PRÉSENTÉE SUR TF1 ET M6 ENTRE LE 3 ET LE 27 NOVEMBRE 08 POUR METTRE EN VALEUR LE GRUYÈRE SWITZERLAND AOC: 20 SECONDES D'IMAGES QUI PASSERONT EN DÉCEMBRE À DES HEURES PERMETTANT DE TOUCHER UN LARGE PUBLIC. C'EST L'OCCASION DE MONTRER QUE NOTRE FROMAGE RESTE FIDÈLE À UN MODE DE FABRICATION MILLÉNAIRE ET DE FAIRE LA DISTINCTION ENTRE LE GRUYÈRE FRANÇAIS (QUI EST UN NOM GÉNÉRIQUE POUR DIFFÉRENTS FROMAGES) ET NOTRE GRUYÈRE AOC.



Vu à la TV!

DER GRUYÈRE AOC AUF UNSEREN DREI FERNSEHSENDERN UND IN FRANKREICH AUF TF1 UND M6

EINE WERBUNG ZUGUNSTEN DES GRUYÈRE AOC WIRD VOM 13. BIS 26. OKTOBER AUF UNSERN DREI NATIONALEN SENDERN AUSGESTRAHLT. DIE SCHWEIZERISCHEN ZUSCHAUER KENNEN DIESEN SPOT, DENN ER WURDE BEREITS IM LETZTEN JAHR EINGESETZT. DAS WASSER WIRD IHNEN ALSO IM MUND ZUSAMMENLAUFEN UND IHNEN IN ERINNERUNG RUFEN, DASS DER GRUYÈRE AOC AUF JEDEN TISCH GEHÖRT, UND ZWAR SOWOHL BEI TÄGLICHEN WIE BEI FESTLICHEN MAHLZEITEN.

EIN ZWEITES MAL WIRD EINE FÜR DIE FRANZÖSISCHEN KONSUMENTEN ANGEPASSTE WERBUNG AUF DEN SENDERN TF1 UND M6 GEZEIGT, UM DEN GRUYÈRE SWITZERLAND AOC HERVORZUHEBEN. BILDER WERDEN IM DEZEMBER WÄHREND JEWEILS 20 SEKUNDEN ZU FERNSEHGÜNSTIGEN ZEITEN EINE BREITE ÖFFENTLICHKEIT ERREICHEN. DABEI WIRD HERVorgehoben, dass unser Käse gemäß einem althergebrachten Verfahren hergestellt wird und zwischen dem französischen Gruyère (dies ist ein Gattungsname für verschiedene Käse) und unserm Gruyère AOC zu unterscheiden ist.

WWW.GRUYERE.COM