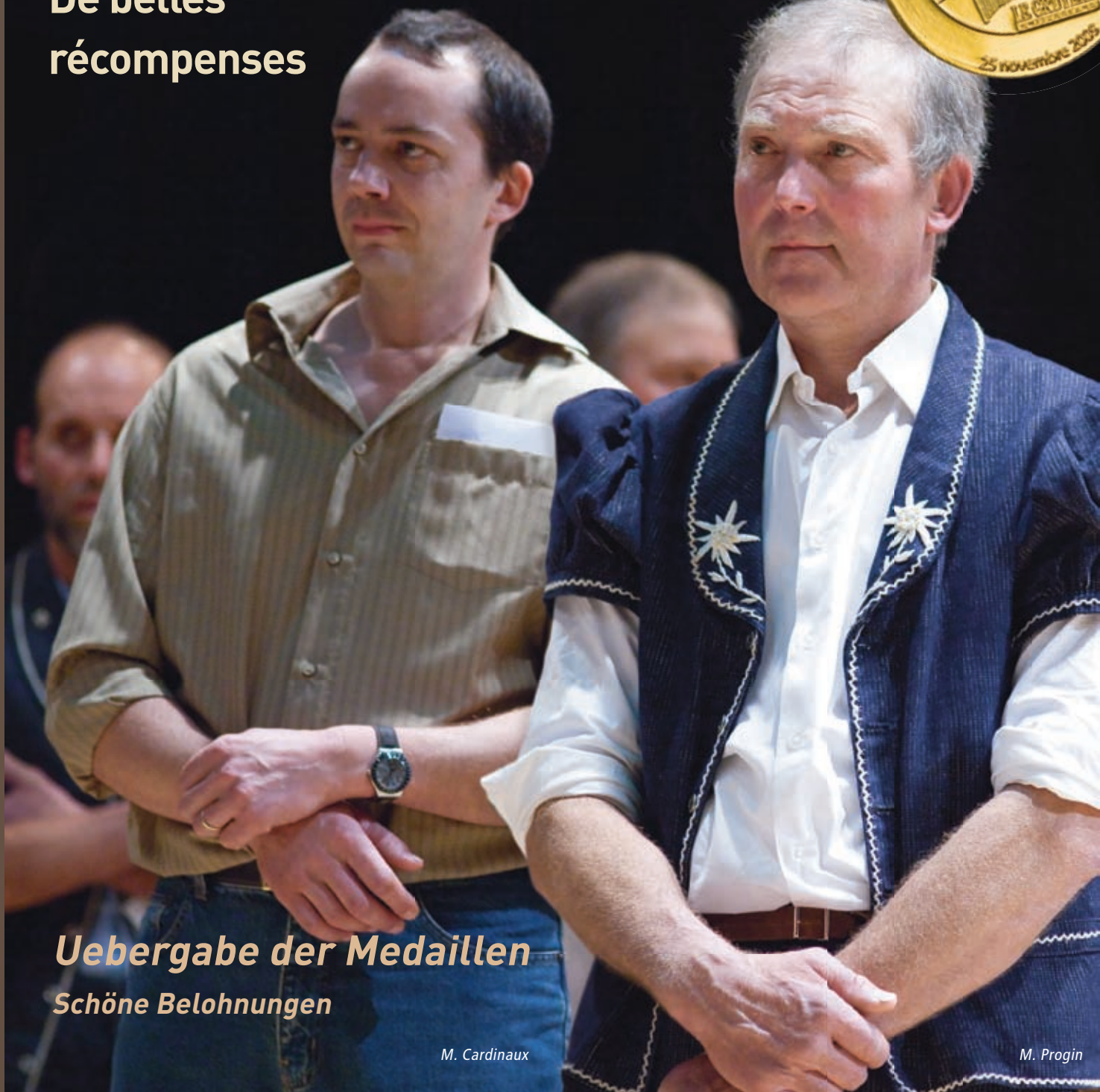


# l'oiseau

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

[www.gruyere.com](http://www.gruyere.com)

## Remise des médailles De belles récompenses



***Uebergabe der Medaillen***  
***Schöne Belohnungen***

M. Cardinaux

M. Progin

## Konzertation, das Hauptwort

Die Aufgaben, die zum Jahresende innerhalb der Sortenorganisation Gruyère der Lösung harren, sind zahlreich. Um am besten für die Anforderungen des Marktes gerüstet zu sein, werden wir im 2010 ein System einführen, das darauf abzielt, einen Teil der Frühjahrsproduktion von Gruyère AOC gegen den Herbst zu verlagern. Wir erwarten mit dieser Massnahme, die Milchproduktion besser planen zu können, damit während der nächsten Fabrikationsperiode das Verkaufen der Milch unter den besten Voraussetzungen erfolgen kann.

Eine strenge Ueberwachung der Milchmengen wird das hauptsächlichste Instrument sein, um die Einkaufspreise, aber auch die Verkaufspreise, halten zu können.

Trotzdem werden externe Einflüsse vor allem auf das Milchfett einwirken. Es wird deshalb auch notwendig

sein, die seit Jahresanfang laufenden Vorstösse zur Konzertation der Marktteilnehmer, um am runden Tisch die besten Lösungen zu finden, weiter zu verfolgen. Es ist wohl dieses Detail, das von diesem Jahr festgehalten werden kann. Vorstand und Delegiertenversammlung der Sortenorganisation haben diesen Willen zum Dialog, der für das Finden von Lösungen notwendig ist, bewiesen. Konsens bedeutet jedoch nicht, auf seine Ueberzeugung zu verzichten, muss es doch Ziel sein, durch Einbringen von Argumenten der eigenen Ueberzeugung zum Durchbruch zu verhelfen.

Jede Verhandlungslösung kann nur dann auf lange Frist gesehen Einfluss ausüben, wenn die Marktindikatoren entsprechend berücksichtigt werden.

Wenn wir uns an den verschiedenen, durch den Gruyère AOC erreichten Auszeichnungen auf der ganzen Welt freuen, so ist das Fest vom 25. November der Anlass, an dem die langfristige Arbeit ausgezeichnet wurde, (Mittel der Taxationen während 5 Jahren) von ganz besonderer Bedeutung.

Diese Auszeichnungen sind zu einem guten Teil ein Spiegelbild des Gruyère AOC, einem Produkt, bei dem die gestellten Qualitätsanforderungen kein Nachlassen der tagtäglichen Sorgfalt erlaubt.

Die Qualität des Gruyère AOC, des aus Rohmilch hergestellten Käse, muss hoch bleiben. Dies ist eine weitere Herausforderung. Jeder Arbeitsgang, sei es die Aufbereitung des Futters, das Melken, die Fabrikation oder die Sorgfalt in den Lagerkellern, hat seine Wichtigkeit. Und es ist dort, wo die Differenz geschaffen wird.

Wir hoffen deshalb, dass die handwerkliche, hohe Präzision erfordernde und mit langen Traditionen verbundene Tätigkeit im 2010 mit der Verleihung der europäischen Anerkennung AOP belohnt wird. Dies wäre ohne Zweifel das schönste Weihnachtsgeschenk, das die ganze Sortenorganisation erhalten könnte.

**Philippe Bardet**  
Direktor



p. 10

**Les 10 ans**  
de l'Association des AOC



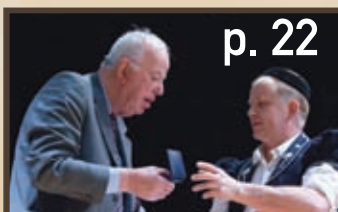
p. 14

**Les 40 ans**  
de la fromagerie de démonstration



p. 18

**Gil Montandon**  
Une longue complicité



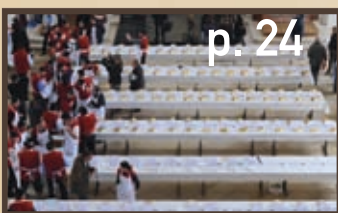
p. 22

**Distinctions**



p. 34

**Le Mille Gruyère**  
épreuves pour les 10-15 ans



p. 24

**Les Olympiades**  
des fromages de montagne

## Inhalt

**Der Markt,**  
eine schwer einzuschätzende Grösse (S. 7)

**Zehnjähriges Bestehen**  
der Vereinigung für AOC, Interview mit A. Berset (S. 11)

**1969-2009, vierzig Jahre Schaukäserei**  
(S. 16)

**Karrierenende von Gil Montandon** (S. 20)

**Der beste Gruyère AOC der letzten 5 Jahre**  
(S. 26)

**Werbekampagne 2009** (S. 32)

**Gruyère AOC,**  
unterstützt die Jugend mit der Mille Gruyère (S. 36)

**Fondue-Abend auf dem Vierwaldstättersee**  
(S. 40)

**Ein Blick auf den Kalender** (S. 43)

**Musikantenstadl,**  
die Fabrikation von Gruyère AOC vor 6 Millionen Fernseh-Zuschauern (S. 45)

**Maurice Johnson,**  
ein Engländer im Dienste von Gruyère AOC  
(S. 48)



## La concertation, le maître mot

**En cette veille de Noël, les tâches ne manquent pas au sein de la filière de l'Interprofession du Gruyère. Afin de répondre au mieux au marché, l'année 2010 verra l'introduction du système de fluctuations visant à déplacer la production du Gruyère AOC du printemps vers l'automne. Nous osons espérer que cette mesure permettra de mieux planifier la production laitière afin que la prochaine période de fabrication se passe dans les meilleures conditions possibles.**

Une gestion stricte des quantités est l'outil indispensable au maintien des prix tant à l'achat que sur le front de vente.

Malgré cela, les aléas extérieurs touchant à la matière grasse auront des répercussions. Il y aura donc lieu de poursuivre la démarche de concertation engagée depuis le début de l'année qui permet aux

acteurs de se réunir autour de la table pour trouver la meilleure solution. C'est peut-être ce qu'il y a à retenir de cette année. Le comité et l'assemblée des délégués de l'IPG ont retrouvé cet esprit de dialogue qui est indispensable pour qu'un accord soit trouvé. Mais il est clair que le consensus ne veut pas dire un renoncement à ses convictions, mais bien de les faire valoir par l'argumentation dans le but de les faire aboutir.

Toutefois, toute conclusion de négociations ne peut avoir des répercussions possibles à long terme que si elles tiennent compte des indicateurs du marché.

Si l'on a pu se réjouir des différentes distinctions obtenues à travers le monde par le Gruyère AOC, la fête du 25 novembre où l'on a récompensé le travail à long terme (moyenne de taxation sur 5 ans) est un événement à marquer d'une pierre blanche.

Ces distinctions sont en partie le reflet de ce qu'est le Gruyère AOC, un produit s'inscrivant sur la durée où l'exigence de la qualité est un point quotidien qui ne peut se permettre aucun relâchement.

Voilà un autre défi à relever ; que la qualité du Gruyère AOC reste de haut niveau pour un produit au lait cru où chaque geste, que cela soit à la préparation des fourrages, à la traite, à la fabrication ou aux soins en cave, a son importance. C'est bien là que la différence se crée.

Nous osons ainsi espérer que ce travail artisanal de haute précision et de grande tradition soit récompensé en 2010 par l'obtention de la reconnaissance européenne AOP. Il s'agirait sans doute du meilleur cadeau de Noël que toute une filière pourrait obtenir.

**Philippe Bardet**  
Directeur

### Impressum

**Editeur :** Interprofession du Gruyère, case postale 12, CH - 1663 Gruyères  
e-mail : [interprofession@gruyere.com](mailto:interprofession@gruyere.com)

**Tirage :** 3'200 exemplaires

**Rédaction :** Marie-José Auderset, Jean-Blaise Held, MicroPlume sàrl, CH - 1509 Vucherens  
e-mail : [microplume@bluewin.ch](mailto:microplume@bluewin.ch)

Claude Liengme, CH - 1474 Châbles  
e-mail : [claudeliengme@bluewin.ch](mailto:claudeliengme@bluewin.ch)

**Traduction :** Urs Schneider, CH - 4312 Magden  
e-mail : [anny\\_schneider@bluewin.ch](mailto:anny_schneider@bluewin.ch)

**Graphisme :** Art Com & Partenaires sàrl, CH - 1003 Lausanne,  
[www.art-com.ch](http://www.art-com.ch), e-mail : [info@art-com.ch](mailto:info@art-com.ch)

## Le marché une donnée difficile à appréhender

**Avec la libéralisation, Le Gruyère AOC et son organe l'Interprofession du Gruyère ont fait le choix de prendre toutes les mesures possibles pour être prêts face aux aléas du marché.**

Depuis sa création la ligne a clairement été donnée pour se doter des meilleurs atouts possibles. Ainsi, l'un des plus importants a été celui de se mettre d'accord sur la définition du produit. Le cahier des charges ainsi adopté en 2001 donne une colonne vertébrale au travail dans son entier. Cette définition permet d'avoir une visibilité à long terme sur l'image et la qualité du produit que l'on met sur le marché. Par cette démarche Le Gruyère AOC ne peut être malléable à toutes les modes, par contre, son ancrage dans les traditions, l'histoire, est aujourd'hui son premier atout où chacun recherche ses repères.

Ce cahier des charges a donné également un atout marketing non négligeable en inscrivant des dispositions communes sur l'étiquetage où toute la promotion est liée de manière cohérente depuis avec un seul nom, Le Gruyère AOC.

Si son aspect peut paraître contraignant, il n'en reste pas moins qu'il s'agit d'une démarche cohérente. Celle-ci permet d'utiliser de manière optimale les moyens engagés dans la publicité et la promotion. Dans la jungle actuelle des logos et des démarches de toutes sortes, un produit étiqueté de manière adaptée, avec la pub et les différentes publications développées, est un atout supplémentaire pour rester sur le marché. Pour atteindre cet objectif, il faut que chacun dans sa sphère soit convaincu de cette procédure qui ne peut que garantir à long terme un revenu à chacun des acteurs.

Pour que cette démarche marketing fonctionne, il est primordial qu'au niveau volume on ait une production correspondante à la demande. C'est la raison pour laquelle depuis le 1er mai 1999 une gestion très précise des quantités à produire a été mise en place. Ce combat, pour coller le plus possible au marché, doit faire coïncider une production laitière et fromagère d'une grande inertie avec un marché qui peut très rapidement se modifier suite à des aléas économiques, climatiques ou de santé publique qu'ils soient positifs ou négatifs. Il n'en reste pas moins que la gestion relativement précise de ces quantités a représenté jusqu'à aujourd'hui un deuxième atout très important pour le Gruyère AOC.

Toutefois des correctifs sont encore nécessaires. La situation particulière de 2009 le démontre avec vigueur. Il



faut encore mieux gérer le moment où le fromage doit arriver sur le marché. Comme on l'a observé depuis quelques années il est indispensable de déplacer une certaine quantité de Gruyère AOC du printemps vers l'automne. Cette démarche ne peut pas se faire uniquement sur le volontariat. C'est la raison pour laquelle, sans changer le prix final du Gruyère AOC, et afin de ne pas créer des perturbations spéculatives néfastes, l'IPG a voté un système où le prix du lait varie par période. Le système est autofinancé et le même pour tous les producteurs de Gruyère AOC. L'IPG gère ainsi le fonds qui revient automatiquement à zéro en fin de période.

Par ce système indispensable à mettre en place on tient à garder un contrat d'achat de fromage portant sur une année tout en essayant d'amener à maturité Le Gruyère AOC dans les périodes où le consommateur le demande.

C'est bien ce dernier point du marché où il est le plus difficile d'avoir une influence précise, soit influencer la demande. A ce niveau, que s'est-il passé les dernières années ? En Suisse la

consommation globale de fromages a augmenté. Dans le même temps, depuis la libéralisation des importations il a été constaté une croissance de celle-ci quasi exponentielle. Le Gruyère AOC a toutefois pu profiter de l'augmentation globale de consommation en trouvant une place de choix dans les étagères.



Il est certain que les efforts conjugués de la promotion et des différents ven-

deurs permettent de trouver du Gruyère AOC partout en Suisse. Sa présence est remarquée dans quasiment tous les types de magasins, du hard discount au magasin spécialisé en passant par la grande distribution tout en ayant une déclinaison d'affinage très vaste. Cela soutient de manière notable les quantités vendues et aussi l'attractivité du produit. Le prix joue également son rôle à ce titre. Il semble toutefois qu'il serait possible d'avoir un prix moyen légèrement plus élevé. Quelque Fr. 20,- le kilo en relation avec le qualitatif nécessaire à l'élaboration du Gruyère AOC n'est sûrement pas un objectif trop ambitieux. Les bons résultats actuels ne doivent pas occulter le risque que représente l'utilisation du Gruyère AOC sous forme de râpé ou dans des plats précuisinés.

Pour l'instant, la résistance est assez bonne grâce sûrement à la mise en valeur sous forme de fondue. Il ne faut pas se leurrer, plusieurs préparations de plats cuisinés peuvent malheureusement également être réalisés sans Gruyère AOC même si le goût sera peut-être absent mais surtout bien



moins cher. C'est bien de ce côté du marché helvétique que l'on peut estimer à 2'000 tonnes que le danger de diminution des volumes sera le plus fort.

En effet, dans ce segment, seul le prix est intéressant. Il est difficile d'être concurrentiel avec des produits sans maturation et élaborés avec du lait acquis à bas prix.



Sur le plan international, Le Gruyère AOC a la chance de trouver place dans

différents pays. Ainsi, si aujourd'hui les Etats-Unis qui ont représenté durant ces cinq dernières années le fer de lance de nos ventes connaissent des difficultés conjoncturelles, il existe d'autres contrées pour reprendre le flambeau. La particularité du Gruyère AOC est de n'être le leader sur aucun marché tout en étant bien implanté en maints endroits. Grâce à cette caractéristique, il est peut-être aussi possible d'échapper aux grands aléas de la conjoncture où l'on voit par exemple la France connaître des chiffres très intéressants malgré une situation économique particulièrement morose.

Cette situation globale du Gruyère AOC à l'étranger demande toutefois des efforts promotionnels très importants. Ces moyens relativement importants restent souvent tenus à l'échelle d'un pays ce qui rend précaire le maintien de la place sur le marché. Toute cette belle entreprise ne serait possible sans la qualité intrinsèque du Gruyère AOC dont le haut niveau et la constance sont à louer. Les différentes distinctions et plus particulièrement

celles distribuées en cette fin novembre à Moudon sont le reflet de l'effort constant de la filière, du producteur de lait, du fromager et de l'affineur pour amener ce produit d'excellence auprès du consommateur.



Rester à l'écoute du marché tout en défendant une ligne claire est assurément un atout de taille pour perpétuer l'attractivité séculaire du Gruyère AOC au travers des âges.

**Philippe Bardet**  
Directeur



## **Der Markt, eine schwer einzuschätzende Grösse**

*Seit Beginn der Liberalisierung hat Gruyère AOC mit der Sortenorganisation Gruyère alle Massnahmen ergriffen, um gegen mögliche unangenehme Ueberraschungen gewappnet zu sein.*

*Seit ihrer Gründung wurde eine klare Linie verfolgt, um sich die beste Ausgangslage am Markt zu verschaffen. Das wichtigste war, sich über das Pflichtenheft einig zu werden und das Produkt klar zu definieren. Diese Vorschriften, wie sie im Jahre 2001 angenommen wurden, bilden die heutige Grundlage. Diese Regelung erlaubt es, langfristig die qualitative Ausrichtung und das Image des auf den Markt gebrachten Produktes festzulegen. Auf Grund dieser Massnahme kann der Gruyère AOC nicht nach Belieben nach den neuesten Modeströmungen gebogen werden. Seine Verankerung in den Traditionen und in*

*der geschichtlichen Herkunft sind die wichtigsten Trümpfe, heute wo jeder seine eigenen Wurzeln sucht.*

*Dieses Pflichtenheft ist jedoch auch eine wichtige Grundlage für das Marketing, indem allgemeine Angaben auf der Etikette festgehalten werden und die ganze Verkaufsförderung zusammengefasst unter einem Namen erfolgt: Le Gruyère AOC.*

*Diese Vorschrift mag als lästig empfunden werden. Die Massnahme zeugt jedoch von einem klar aufeinander abgestimmten Vorgehen. Dieses erlaubt, die für Verkaufsförderung und Werbung bestimmten Mittel optimal einzusetzen. Bei der heutigen Vielfalt der Logos und Massnahmen zur Verkaufsförderung, ist ein derart klar etikettiertes Produkt, verbunden mit der entsprechenden Werbung, ein zu-*

*sätzlicher Trumpf, um sich am Markt zu halten. Um dieses Ziel zu erreichen, muss jeder auf seinem ihm vertrauten Gebiet davon überzeugt sein, dass nur dieses Vorgehen jedem Marktakteur auf lange Sicht ein Einkommen sichert.*

*Damit diese Marketing-Massnahmen greifen, ist es unabdingbar, dass die Produktion den Verkaufsmöglichkeiten angepasst ist. Deshalb gilt seit dem 01. Mai 1999 für die zu produzierenden Käsemengen eine strikte Mengenföhrung. Der Kampf um Marktanteile muss mit den Möglichkeiten einer trägen Milch- und Käseproduktion in Uebereinstimmung mit dem Marktgeschehen erfolgen, wobei positive und negative Ueberraschungen aus klimatischen, wirtschaftlichen aber auch weiteren Gründen sehr schnell eintreten können. Dieses Vorgehen hat dem Gruyère AOC bis heute sehr*



viel Stabilität am Markt verliehen. Allerdings, die aussergewöhnliche Situation im 2009 zeigt es drastisch, gewisse Korrekturmassnahmen sind notwendig. Wir müssen dem Zeitpunkt, an dem der Käse verkauft wird, mehr Beachtung schenken. Wie wir seit einigen Jahren beobachten, ist es unerlässlich, einen Teil der Frühlings-Produktion von Gruyère AOC gegen die Herbstmonate hin zu verlegen. Diese Massnahme kann jedoch nicht nur auf Freiwilligkeit beruhen. Deshalb hat die Sortenorganisation Gruyère ein System beschlossen, das den Endpreis des Gruyères nicht tangiert und auch keine schädlichen Spekulationen ermöglicht, dafür jedoch den Milchpreis je nach Periode differenziert. Für alle Produzenten gelten dieselben Regeln, und das System finanziert sich selbst. Die Sortenorganisation wird den Fonds, der jeweils am Ende des Jahres aufgebraucht sein wird, verwalten. Mit dieser unausweichlichen Massnahme wollen wir den einjährigen Käsekaufvertrag aufrecht erhalten. Der Gruyère AOC soll dann zur vollen Reife gelangen, wenn es der Konsument wünscht. Genau dieser letzterwähnte Punkt ist

der schwierigste. Wie beeinflussen wir die Nachfrage?



Und was wurde diesbezüglich in den letzten Jahren unternommen? In der Schweiz nahm der Konsum von Käse in den letzten Jahren generell zu. Seit der Oeffnung der Grenze, sind die importierten Käsemengen praktisch exponentiell angestiegen. Immerhin hat auch der Gruyère AOC von der allgemeinen Nachfrage pro-

fitiert und sich einen Sonderplatz in den Verkaufsregalen gesichert. Dazu haben vor allem die gemeinsamen Verkaufsanstrengungen und die Verkäufer, die es heute möglich machen, überall in der Schweiz Gruyère AOC zu kaufen, beigetragen. Er kann heute in den verschiedensten Läden gekauft werden; vom Hartdiscounter bis zum Spezialitätenladen und den Grossverteilern, und dies vielfach in den verschiedensten Reifegraden. Das alles trägt zu den guten Verkaufszahlen bei und unterstützt die Attraktivität des Produktes. Auch der Preis spielt seine Rolle. Es scheint uns allerdings, dass ein etwas höherer mittlerer Preis realisierbar sein müsste. Eine Festsetzung auf rund Fr. 20.-- je Kilo wäre wohl angesichts der qualitativ hochstehenden Produktion kaum übertrieben. Die aktuell guten Verkaufszahlen dürfen das Risiko bei der Verwendung von Gruyère AOC als Reibkäse und in vorgefertigten Menues nicht verschleiern. Der Druck auf diese Preise ist z. Z. dank den vor allem zu Fondue verarbeiteten Mengen erträglich. Machen wir uns aber nichts vor, verschiedene Gerichte können auch ohne Beigabe

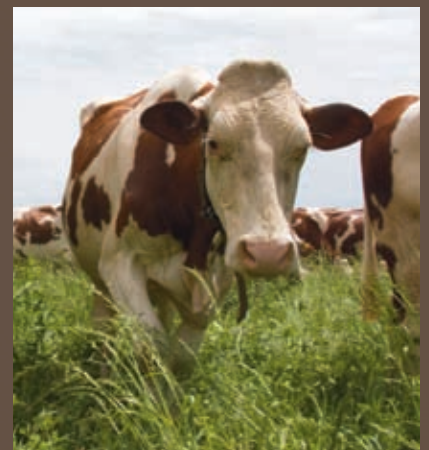




von Gruyère AOC zubereitet werden. Vielleicht fehlt dann das gewisse Etwas, aber das Essen wird preislich günstiger. Von dieser Seite des Schweizer Marktes dürfte denn auch die grösste Gefahr ausgehen, halten wir doch eine Verdrängung von rund 2'000 Tonnen für möglich. In diesem Segment zählt alleine der Preis und es ist schwierig, gegenüber einem Produkt, das keine Reifung hinter sich hat und aus sehr günstig gekaufter Milch hergestellt wurde, konkurrenzfähig zu bleiben.

USA, deren Verkäufe in den letzten fünf Jahren am meisten für Furore sorgten, kennen starke Konjunkturunbrüche. Mehrverkäufe in anderen Ländern machen diese Ausfälle wett. Das Spezielle beim Gruyère AOC besteht darin, obwohl gut eingeführt, auf keinem Markt absoluter Leader zu sein. Dank dieser Besonderheit, wird es vielleicht möglich, den Widerwärtigkeiten der Konjunktur zu entgehen. So konstatieren wir vor allem in Frankreich, trotz schwierigen, wirtschaftlichen Verhältnissen, sehr interessante Zahlen. Die Verkäufe des Gruyère AOC im Ausland machen jedoch einen sehr hohen Einsatz in der Verkaufsförderung nötig. Diese Geldmittel sind oft an die Rangordnung der einzelnen Länder gebunden, was das Verbleiben am Markt schwierig gestalten kann.

Milchproduzenten, der Käser und der Affineure, mit dem Ziel, das hochstehende Produkt Gruyère AOC an den Konsumenten zu bringen.



Den Markt zu spüren und die Einnahme einer klaren Haltung auf allen Ebenen, das werden auch in Zukunft wichtige Bausteine für das Weiterbestehen der über hundert Jahre dauernden Attraktivität des Gruyère AOC bleiben.

All diese Massnahmen wären jedoch ohne das hohe und konstante Qualitätsniveau des Gruyère AOC, das zu loben ist, nicht möglich. Die verschiedenen Ehrungen und vor allem die Ende November in Moudon übergebenen Auszeichnungen sind ein Spiegelbild der Sortenorganisation: der



International hatten wir Glück, den Gruyère AOC in den verschiedensten Ländern platzieren zu können. Die

**Philippe Bardet**  
Direktor



Monsieur Alain Berset, Président de l'Association suisse des AOC-IGP

# 10 ans de défense et de valorisation des AOC-IGP



Appellation d'origine contrôlée  
Une garantie d'origine

L'association suisse des AOC-IGP fête ses dix ans. L'organisation, dont l'Interprofession du Gruyère est un des membres fondateurs, accueille en son sein une bonne vingtaine de filières. C'est dire que la quasi-totalité des produits déclarés « appellation d'origine contrôlée » ou « indication géographique protégée » sont membres de l'association. Pour Alain Berset, président de l'Association suisse des AOC-IGP et président du Conseil des Etats, les AOC et les IGP représentent un atout essentiel dans la valorisation d'une production haut de gamme issue de l'agriculture. Interview.

«L'AOC ou l'IGP revêtent une grande importance autant pour les producteurs que pour les consommateurs. Le produit reconnu AOC ou IGP acquiert une grande visibilité; il offre en outre la garantie qu'il a été élaboré selon des critères d'une grande exigence. Pour le consommateur, cela représente une réelle garantie de qualité. Il ne faut pas oublier que l'AOC et l'IGP, c'est bien plus qu'un label. L'appellation est attribuée par l'autorité fédérale à l'issue d'un long processus de validation. L'AOC ou l'IGP,

c'est l'assurance d'avoir un produit issu d'une tradition, d'une histoire, d'un terroir. Il est typique et son goût est unique. Il y a à l'origine de ce produit un savoir-faire, un sérieux qui sont garants d'une haute qualité».

*«Ces produits ont des qualités qui répondent aux attentes des consommateurs. Pourtant, globalement la connaissance des AOC-IGP reste lacunaire dans le grand public.»*

«C'est vrai qu'il reste du travail à faire auprès des consommateurs, notamment en Suisse alémanique. En Suisse romande, le niveau de connaissance est déjà très élevé. Une grande majorité des Romands savent reconnaître le logo et dire à quoi il correspond. Nous œuvrons à obtenir un résultat comparable en Suisse allemande. Nous faisons un très gros travail de promotion partout en Suisse. Cet effort de visibilité porte ses fruits. Mais il ne faut pas oublier que notre histoire est courte. La législation sur les AOC-IGP a 12 ans et l'association 10 ans, seulement. Aujourd'hui, les produits romands reconnus AOC ou IGP sont les plus nombreux. Mais il y a une réelle progres-

sion en Suisse allemande. Ainsi, un des derniers arrivés au sein de l'association est le St Galler Kalbsbratwurst qui vient d'obtenir l'IGP. Et d'autres devraient suivre prochainement. Notre travail de promotion, l'arrivée de nouveaux produits, tout cela contribue à renforcer notre image. Une image qui ne s'est peut-être pas encore suffisamment imposée dans une partie du public, mais qui est excellente.»

*«Un produit AOC important n'est pas membre de l'association : l'Emmentaler. N'est-ce pas dommageable pour la promotion des AOC ?»*

«L'interprofession de l'Emmentaler a décidé de sortir de l'association il y a quelques années, pour développer ses propres visuels. C'est son choix. Chaque filière reconnue par l'autorité fédérale est libre de faire partie ou non de l'association. Si une filière souhaite faire autrement, pourquoi pas ? Dans le cas particulier que vous évoquez, je ne suis pas sûr que cela lui ait apporté des bénéfices, au contraire. En revanche, ceux qui font partie de l'association peuvent profiter des logos, de la promotion commune et d'une

# ZONE DE PRODUCTION DU GRUYERE AOC



## CARTE DES AOC-IGP

[www.aoc-igp.ch](http://www.aoc-igp.ch)

visibilité qui est chaque jour meilleure. Ils font en outre partie de cette famille AOC-IGP reconnue pour élaborer des produits de qualité, proches du terroir. Aujourd'hui, si l'on passe en revue la gamme des produits réunis au sein de l'association, on y trouve des produits carnés, des fromages, des produits transformés, comme du pain. Il s'agit là d'un ensemble cohérent qui donne l'eau à la bouche.»

*«Pour de nombreux consommateurs, il devient difficile de s'y retrouver dans la jungle des labels. Bio, labels propres aux distributeurs, AOC-IGP... il faut être un expert pour s'y retrouver.»*

«Vous avez raison, ce n'est pas simple. Les labels instaurés par les distributeurs eux-mêmes sont de plus en plus nombreux. Et il est difficile de connaître leur valeur réelle. Ce n'est pas le cas des AOC-IGP qui sont bien davantage qu'un label. C'est une marque attribuée, je le répète, par l'autorité fédérale qui garantit la très haute qualité du produit, son lien avec une zone géographique déterminée, son caractère typique et historique. Derrière les AOC-IGP, il y a une volonté politique, une base légale, une certification de l'Office fédéral de l'agriculture.

Il s'agit donc de faire comprendre aux consommateurs la différence entre un label autoproclamé et les AOC-IGP. C'est un travail de longue haleine que nous nous efforçons de mener au sein de l'association.»

*«Est-ce que le politique ne devrait pas s'immiscer dans cette jungle des labels ?»*

«Je n'en suis pas sûr. Si un distributeur veut labelliser la provenance régionale de légumes qu'il vend, c'est une information pour le consommateur. Et ce serait très difficile de légiférer en la matière.

En revanche, le politique doit être très attentif à ce qui se vend sous la marque «suisse». Nous allons devoir redéfinir cette notion aux Chambres fédérales. Aujourd'hui, c'est le flou qui prédomine. Il faut donc élaborer des critères pour les produits marqués «suisse». Et il faudra se donner les moyens de contrôler le respect de ces critères. En tant que président de l'association des AOC-IGP, vous comprendrez que j'ai tendance à me montrer restrictif en la matière. Pour qu'un produit puisse être étiqueté «suisse», il faut vraiment qu'une part très importante de la matière première, de la transformation, du travail, du savoir-faire soient issus du territoire helvétique.

D'une façon générale, la «marque suisse», mais aussi les AOC-IGP sont une réponse très forte à l'ouverture des marchés, à la globalisation. Lorsque les produits circulent plus librement, il devient indispensable d'améliorer leur identification, leur provenance. Cela permet au consommateur d'avoir une meilleure connaissance des produits auxquels il a affaire.»

*«Paradoxalement, la défense des AOC-IGP suisse est difficile au niveau international.»*

«Avec l'Union européenne, le processus de reconnaissance mutuelle est en

cours. Les négociations menées par l'administration fédérale ne sont pas simples. Mais si nous arrivons à un accord dans lequel nos AOC et nos IGP sont reconnus au sein de l'UE, moyennant la réciprocité évidemment, nous aurons fait un pas très important. L'association des AOC-IGP n'est pas dans la négociation, mais nous restons très attentifs à toutes les informations que les négociateurs veulent bien divulguer. Pour la majorité de nos produits, le principe de la reconnaissance au sein de l'UE ne pose pas de difficultés particulières.

L'Emmentaler AOC est en revanche plus problématique, notamment parce que cette appellation est utilisée comme nom générique dans certains pays européens. Pour moi, il est exclu d'accepter une solution qui ne soit pas vraiment satisfaisante pour le Gruyère AOC, qui est l'un de nos produits phare.»

*«Le Gruyère AOC, un produit phare, dites-vous... et que vous appréciez tout particulièrement !»*

«Le Gruyère AOC est sans doute le produit le plus connu au sein de l'association AOC-IGP. C'est un peu notre locomotive. Il est exemplaire dans la manière dont l'Interprofession du Gruyère conduit sa promotion et sa recherche de visibilité en cohérence avec le travail mené par l'association des AOC-IGP. De plus, c'est vrai que j'ai un attachement personnel avec le Gruyère AOC : je vis dans la région productrice et depuis tout petit, j'habite à 50 mètres d'une fromagerie qui en produit. Cela crée des liens, si j'ose dire !»



## 10 Jahre Anstrengung um Anerkennung der AOC-IGP



Appellation d'origine contrôlée

Spezialitäten mit Ursprungsgarantie

Die Schweizerische Vereinigung zur Förderung der AOC – IGP feiert ihr zehnjähriges Bestehen. Der Verein, dem die Sortenorganisation Gruyère als Gründungsmitglied angehört, zählt heute gut zwanzig Mitglieder. Dies bedeutet, dass heute praktisch alle mit „Appellation d'Origine Contrôlée“ oder mit „Indication Géographique Protégée“ ausgezeichneten Produkte, Mitglied dieses Vereins sind. Für Alain Berset, Präsident der Schweizerischen Vereinigung zur Förderung der AOC – IGP und Präsident des Ständerats, stellen die AOC und die IGP einen Trumpf für die Wertsteigerung von Produkten der gehobenen Preisklasse der Landwirtschaft dar.

Interview:

AOC oder IGP sind heute für die Produzenten, wie auch für die Konsumenten von grosser Wichtigkeit. Das mit AOC oder IGP ausgezeichnete Produkt stellt sich in besonderem Lichte dar. Es bietet Gewissheit, dass es nach klar festgelegten Regeln produziert wurde und ist für den Konsumenten eine echte Qualitätsgarantie. Sowohl AOC als auch IGP sind mehr, als nur ein Markenzeichen. Sie werden erst nach einem langen Anerkennungsverfahren durch die eidgenössischen Behörden vergeben. Es gilt als Zusicherung, ein Produkt zu haben, das aus seiner Tradition, seiner Geschichte und seiner regionalen Herkunft hervorgeht. Es ist typisch und sein Geschmack ist einmalig. An seinem Ursprung steht das Wissen und die Ernsthaftigkeit. Diese bieten Garantie für eine hohe Qualität.

„Diese Produkte besitzen Qualitäten, die den Erwartungen der Konsumenten entsprechen. Trotzdem, die Kenntnisse über die AOC und IGP sind bei der Mehrheit lückenhaft.“

„Das ist richtig; es bleibt viel zu tun, vor allem bei den Konsumenten in der deutschen Schweiz. In der Romandie ist der Wissensstand bereits sehr hoch. Eine grosse Mehrheit der Romands kennt das Logo und weiss um seine Bedeutung. Wir wollen in der deutschen Schweiz ein vergleichbares Resultat erreichen und machen deshalb viel Promotionsarbeit. Diese beginnt Früchte zu tragen. Vergessen wir dabei nicht, dass es uns noch gar nicht lange gibt. Die Gesetzgebung ist 12-jährig, die Vereinigung zählt 10 Jahre.“

Die anerkannten Westschweizer AOC oder IGP Produkte sind heute am zahlreichsten vertreten. Die deutsche Schweiz macht jedoch grosse Fortschritte. Der neuste Eintritt in den Verein betrifft die St. Galler Kalbsbratwurst. Andere Produkte werden in Kürze folgen. Unsere Promotionsarbeit und der Beitritt neuer Produkte werden unser Image mehren. Heute sind wir wohl noch nicht flächendeckend bekannt. Wir geniessen aber einen sehr guten Ruf.„

**„Ein wichtiges AOC Produkt, der Emmentaler, ist nicht Mitglied der Vereinigung. Ist das für die Entwicklung des AOC nicht schädlich?“**

„Die Sortenorganisation Emmentaler Switzerland hat sich vor einigen Jahren entschieden, aus der Vereinigung auszutreten. Das ist ihr Entscheid. Jeder durch die eidgenössischen Behörden anerkannten Sortenorganisation steht es frei, Mitglied der Vereinigung zu sein oder nicht. Wenn eine Sortenorganisation etwas anderes will, warum nicht? Ich bin jedoch keineswegs sicher, ob in vorerwähnten Fall der Austritt etwas gebracht hat; ganz im Gegenteil.

Diejenigen jedoch, die in der Vereinigung mitmachen, profitieren von den Logos und von der gemeinsam betriebenen Verkaufsförderung. Sie sind des weitem Mitglied dieser AOC-IGP Familie, die dafür bekannt ist, ursprüngliche Qualitätsprodukte hervorzubringen.

Wenn wir heute die Vielfalt der in der Vereinigung vertretenen Produkte betrachten, finden wir dort Fleischprodukte, Käse aber auch verarbeitete Produkte, wie Brot. Das Ganze lässt einem das Wasser im Munde zusammenlaufen.“

**„Für viele Konsumenten ist es schwierig, sich im Label-Salat zurechtzufinden. Grossverteiler eigene Labels, Bio, AOC-IGP ... man muss ausgewiesener Experte sein, um sich nicht zu verirren.“**

„Sie haben Recht, leicht ist es nicht. Die durch die Grossverteiler eingeführten Labels, werden immer zahlreicher.

Es ist schwierig, den realen Wert dieser Labels zu erkennen. Dies ist bei den AOC-IGP nicht der Fall, da diese mehr sind, als ein Label. Es ist, und ich wiederhole mich, eine durch die Bundesbehörde zugeteilte Marke, die eine sehr hohe Qualität, einen Bezug zu einem geographischen Gebiet und einen typischen, historischen Charakter garantiert. Hinter den AOC-IGP steht ein politischer Wille, eine legale Basis und eine durch das Bundesamt für Landwirtschaft überwachte Zertifizierung. Es geht demnach darum, dem Konsumenten den Unterschied zwischen den selbst ernannten Labels und den AOC-IGP aufzuzeigen. Dazu braucht es viel Geduld. Aber wir bemühen uns in unserer Vereinigung, um diese Aufklärungsarbeit zu leisten.“

**„Sollte sich nicht auch die Politik in die Frage der Label einmischen?“**

„Da bin ich mir nicht sicher. Will ein Verteiler sein Gemüse mit einer Herkunftsbezeichnung ausloben, so entspricht das einer Konsumenteninformation und es wäre schwierig, diesbezüglich ein Gesetz zu erlassen. Hingegen muss die Politik sehr aufmerksam verfolgen, was sich alles unter dem Wort „Schweiz“ verkauft. Wir werden diese Kennzeichnung in den eidgenössischen Räten neu definieren und neue Kriterien für „Schweizer“ Produkte finden müssen. Wir benötigen Mittel für die Kontrolle dieser Bestimmungen, die wir uns selbst geben müssen. Sie verstehen sicher meine restriktive Haltung, die ich als Präsident der Vereinigung zur Förderung der AOC und IGP in dieser Sache habe. Damit ein Produkt als schweizerisch angeschrieben werden darf, ist es wirklich nötig, dass ein grosser Teil des Rohmaterials, des Arbeits-Prozesses, des Wissens und der Herstellung aus der Schweiz hervorgehen.

Allgemein sind die „Marke Schweiz“, aber auch die AOC-IGP eine klare Antwort auf die Oeffnung der Märkte und auf die Globalisierung. Je freier Produkte zirkulieren können, desto wichtiger wird es, deren Identifikation und deren Bezeichnung der Herkunft zu verbessern. Sie bieten damit dem Konsumenten bessere Kenntnisse über die gewünschten Produkte.“

**„Es scheint, dass die Verteidigung der AOC – IGP international Schwierigkeiten bietet.“**

„Mit der EU ist der Prozess der gegenseitigen Anerkennung am Laufen. Die durch die Bundesverwaltung geführten Gespräche sind nicht einfach. Wenn wir jedoch eine Uebereinkunft erreichen, in der unsere AOC-IGP beruhend auf dem Prinzip der Gegenseitigkeit innerhalb der EU anerkannt werden, ist ein wichtiger Beitrag geleistet.

Wir selbst sind in der Verhandlungsdelegation nicht vertreten, aber wir verfolgen die daraus hervorgehenden Informationen sehr aufmerksam. Für die Mehrheit unserer Produkte bietet die Anerkennung innerhalb der EU keine besonderen Probleme. Der Emmentaler AOC ist hingegen problematischer, weil diese Benennung in gewissen Ländern Europas als Gattungsbezeichnung verwendet wird. Für mich ist eine Lösung, die für das Spitzenprodukt Gruyère AOC nicht wirklich befriedigend ausfällt, inakzeptabel.“

**„Der Gruyère AOC, ein Spitzenprodukt sagen Sie, das Sie ganz besonders geniessen!“**

„Der Gruyère AOC ist sicher das bestbekannte Produkt der Vereinigung zur Förderung der AOC-IGP. Er ist ein wenig unsere Lokomotive (Ist diese Bezeichnung wirklich klug?) Es ist beispielhaft, wie die Sortenorganisation Gruyère in Uebereinstimmung mit der Vereinigung zur Förderung der AOC-IGP die Promotion vorantreibt. Es stimmt, dass ich eine besondere Affinität zum Gruyère habe. Seit meiner Jugend lebe ich in einer Gegend, wo Gruyère produziert wird und wohne 50 Meter von der Käserei entfernt. Sowas knüpft Bande!“



Appellation d'origine contrôlée

Spezialitäten mit Ursprungsgarantie



# 1969-2009

## les 40 ans de la fromagerie de démonstration

La Fromagerie de démonstration à Pringy fête son quarantième anniversaire. A l'époque, les initiateurs, qui voulaient promouvoir les produits du terroir et le Gruyère en particulier, ont fait œuvre de pionnier. C'était la première fromagerie de démonstration de Suisse. Une réussite totale : cette année-là, plus de 100'000 visiteurs sont venus découvrir sur place la fabrication du Gruyère. Près de trente ans plus tard, au vu du vieillissement des installations, une nouvelle fromagerie a été construite et La Maison du Gruyère a été créée. Cette dernière fêtera en mai prochain son dixième anniversaire.

Durant toutes ces années, la fromagerie de démonstration a fait preuve d'un dynamisme qui a de quoi réjouir. En 1969, 35 producteurs livraient 1,6 million de litres de lait par an. Et l'on fabriquait 9 fromages par jour. Aujourd'hui, ce sont 30 à 35 producteurs selon la saison qui livrent plus de 6 millions de lait transformés en Gruyère AOC, soit 48 meules par jour fabriquées dans 4 cuves de 4'800 litres.

La Maison du Gruyère quant à elle accueille actuellement plus de 500'000 hôtes par année. Et quelques 120'000

visiteurs se laissent tenter par «Le Gruyère AOC, voyage au cœur des sens». Cette exposition interactive invite à découvrir tous les secrets du Gruyère AOC et la magie de la transformation du lait en fromage.

### Une fête traditionnelle

Pour marquer le quarantième anniversaire de la fromagerie de démonstration, La Maison du Gruyère a organisé une série de manifestations qui font la part belle aux intervenants locaux et à nos traditions. C'est ainsi que, pour la première en juin, elle avait concocté une fête ouverte à tous. Pour marquer le début de chacune des deux journées, Pascal et Véronique Yerly sont descendus de leur alpage de Gruyères. Ils ont fait une véritable poya avec vingt-cinq vaches décorées et sont arrivés devant La Maison du Gruyère. Un char tiré par des chevaux transportait chaudron, oiseau, chaule et tous les instruments servant à la fabrication du Gruyère AOC d'alpage. Le verre de l'amitié a été offert aux armaillis, ainsi qu'aux visiteurs de la région et d'ailleurs qui s'étaient regroupés au bord de la route.

Un peu plus loin, dans le chalet de la Confrérie, Joseph Doutaz était installé

devant le chaudron chauffé au feu de bois. Il brassait le petit-lait et le caillé, sous le regard intéressé des visiteurs. Certains posaient des questions, d'autres prenaient des photos. En entendant le troupeau s'approcher, Monsieur Doutaz se souvenait d'une descente de l'alpage mémorable. En effet, il y a quarante ans, lors de l'inauguration de la fromagerie de démonstration, c'est lui, aujourd'hui âgé de huitante et un ans, qui était descendu avec son troupeau depuis Gruyère. «Je suis un rescapé de cette manifestation !» plaisantait-il, les yeux brillant de fierté.

A quelques pas de là, les visiteurs pouvaient déguster des Gruyère AOC à différents stades de maturation, avant de découvrir le travail des forgerons, du sculpteur à la tronçonneuse, des fabricants de cloches et de colliers en cuir décoré.

Toutes les heures, le multi-instrumentiste Rémy Schroeter séduisait le public avec du folklore suisse et étranger qu'il exécutait avec une cinquantaine d'instruments originaux. Il interprétait par exemple l'Ave Maria avec une seringue à insuline ou jouait une prière scoute avec un arrosoir, sans oublier les mélodies traditionnelles avec ce cor des Alpes qui l'a rendu célèbre. Entre deux



représentations, il nous avait dit tout le bien qu'il pensait de notre fromage : «J'adore le Gruyère AOC. Quand je voyage à l'étranger, je suis sevré. Alors, quand je rentre en Suisse, je commence par manger un morceau de Gruyère AOC avec du pain, puis une fondue moitié-moitié. C'est le retour aux sources.»

Ces deux journées où Rémy Schroeter a partagé son enthousiasme avec les visiteurs de La Maison du Gruyère resteront privilégiées. En effet, ce passionné de la vie est tristement décédé l'été dernier, après un accident en montagne, l'un de ses autres hobbies.

Tout au long de l'été et de l'automne, d'autres manifestations se sont succédées : la journée des cors des Alpes et des sonneurs de cloches, de l'accordéon, du cirque Toamême, des artisans, des fanfares. D'autres événements auront encore lieu jusqu'au printemps. C'est ainsi que La Maison du Gruyère vous propose plusieurs rendez-vous à Pringy/ Gruyères pour poursuivre la fête à l'occasion de ce bel anniversaire.

Les festivités ont été lancées par l'enregistrement de l'émission de la RSR Les dicodeurs. Pascal Vincent, Daniel Rausis, Frédéric Gérard et Lucas Thorens emmenés par Laurence Bisang ont mis toute leur verve pour mettre en valeur la Maison du Gruyère et le Gruyère AOC. Philippe Bardet, Directeur de l'IPG et Président de la Société Coopérative de Gruyère, propriétaire des lieux leur a donné la réplique dans la bonne humeur, qui préside à ce genre d'émission.

## Programme des festivités

- **Samedi 26 décembre : Noël à la fromagerie**

Ateliers de bougies pour enfants et adultes

Contes de Noël par Odile Hayoz  
Exposition et animations par la Société d'Apiculture de la Gruyère.

- **Samedi 30 janvier 2010 : Journée des Chœurs mixtes de Gruyères et de l'Intyamou**

Chœur mixte de Grandvillard  
Chœur de la Confrérie du Gruyère  
«La Gruéria» de Gruyères  
«La Voix des Alpes» d'Enney  
«La Benjamin» de Villars-sous-Mont et «La Cécilienne» d'Estavannens  
«La Cécilienne» d'Albeuve  
«L'Echo de l'Evi» de Neirivue  
«La Cécilia-Gaîté» de Montbovon  
«Le Chœur Montagnard» de Lessoc.

- **Samedi 27 février : Carnaval à la fromagerie**

Grimages et animation musicale avec des Guggenmusik  
Animations ludiques

- **Samedi 27 mars : Pâques à la fromagerie**

Ateliers d'œufs de Pâques  
Animation musicale  
Orgue automatique monumental et orgues de barbarie

- **Samedi 24 avril : Journée des Producteurs de la fromagerie**

Présentation de vaches avec concours  
Election de «la vache de La Maison du Gruyère»  
Passage du troupeau de Pascal Yerly

- **Mercredi 5 mai : Journée officielle du 10e anniversaire**

- **Samedi 8 mai : 10 ans de La Maison du Gruyère**

Journée Portes ouvertes  
Chapitre de La Confrérie du Gruyère avec l'inauguration du nouveau chalet de la Confrérie.  
Fabrication de Gruyère AOC au feu de bois dans le nouveau chalet.  
Stand de L'Interprofession, dégustation de Gruyère AOC.



Le programme plus détaillé sur le site [www.lamaisondugruyere.ch](http://www.lamaisondugruyere.ch)



## 1969 - 2009 40 Jahre Schaukäserei

*Die Schaukäserei in Pringy darf ihren vierzigsten Geburtstag feiern. Die damaligen Initianten, die den Absatz ländlicher Produkte, vor allem jedoch den Gruyère fördern wollten, haben wahre Pionierarbeit geleistet. Die erste Schaukäserei der Schweiz war ein Riesenerfolg, haben sich doch im ersten Jahr mehr als 100'000 Besucher aufgemacht, um die Herstellung von Gruyère vor Ort zu verfolgen. Fast dreissig Jahre später wurde, angesichts der notwendigen Modernisierung der Einrichtungen, eine neue Käserei eingebaut und das Maison du Gruyère errichtet. Dieses wird im kommenden Mai sein zehnjähriges Bestehen feiern. Während all den Jahren hat sich die Schaukäserei derart dynamisch gezeigt, dass man sich darob nur freuen kann. Im Jahre 1969 lieferten 35 Produzenten 1.6 Mio. Liter Milch pro Jahr.*

*Daraus wurden täglich 9 Käselaibe hergestellt. Heute sind es je nach Jahreszeit 30 bis 35 Milchproduzenten, die mehr als 6 Mio. Kilo zu Gruyère AOC verarbeitete Milch, abgeben. Je Fabrikationstag werden in 4 Fertigmern zu je 4800 Liter jeweils 48 Laibe hergestellt.*

*Das Maison du Gruyère empfängt heute mehr als 500'000 Besucher pro Jahr. Rund 120'000 davon interessieren sich für „Gruyère AOC – eine Reise ins Reich der Sinne“. Diese interaktive Ausstellung lädt dazu ein, die Geheimnisse des Gruyère AOC und den Zauber der Umwandlung von Milch zu Käse zu ergründen.*

### **Ein Fest der Traditionen**

*Um den vierzigsten Geburtstag der Schaukäserei gebührend zu feiern, hat das Maison du Gruyère eine Reihe von*

*Anlässen organisiert, die durch die einheimische Bevölkerung getragen, unsere Traditionen hochhalten sollen. Die Premiere im Juni stand allen Teilnehmern offen. Um jeweils den Beginn der Festivitäten anzuzeigen, stiegen Pascal und Véronique Yerli an beiden Tagen von ihrer Sömmerungsweide in Gruyères herunter, und veranstalteten mit ihren 25 prächtig geschmückten Kühen eine Alpabfahrt bis vor das Maison du Gruyère. Ein Pferdefuhrwerk transportierte Käsekessi, Räf und alle weiteren für die Herstellung von Gruyère auf der Alp benötigten Geräte. Den Einheimischen, aber auch den am Strassenrand wartenden Besuchern aus nah und fern wurde zum Zeichen der Freundschaft ein Glas Weisswein geboten.*

*Ein wenig abseits, im Chalet der Bruderschaft, hatte sich Joseph Doutaz vor dem über dem Holzfeuer hängenden Käse-*



kessi eingerichtet. Er rührte die entrahmte und angesäuerte Milch vor den Augen der interessierten Besucher. Einige stellten Fragen, andere schossen Photos. Bei der Ankunft des Viehs, erinnerte sich Joseph Doutaz an einen ganz besonderen Alpabzug. Anlässlich der Einweihung der Schaukäserei vor vierzig Jahren war er es selbst, heute einundachtzigjährig, der mit seinem Vieh von Gruyères herunterkam. „Ich bin ein Ueberlebender des damaligen Festes!“ scherzt er mit vor Stolz blitzenden Augen.

Nebenan wurde Gruyère AOC in den verschiedensten Reifegraden durch die Besucher degustiert, bevor die Arbeiten des Schmiedehandwerks, des mit der Motorsäge arbeitenden Holzbildhauers, des Glockengiessers oder des Herstellers von dekorierten Halsbändern aus Leder

verfolgt werden konnten. Dies alles unter ständiger Musikbegleitung von Remy Schroeter, der auf über fünfzig Originalinstrumenten einheimische und fremdländische Folklore vortrug. Unter anderem interpretierte er das Ave Maria mit einer Insulinspritze, intonierte ein Pfadfinder-Gebet auf einer Spritzkanne und, vergessen wir nicht, die traditionellen auf dem Alphorn vorgetragenen Melodien, mit denen er berühmt wurde.

Zwischen zwei Vorträgen hat er uns anvertraut, was er über unseren Käse denkt: „Ich verehere den Gruyère AOC. Wenn ich im Ausland auf Reisen bin, fehlt mir etwas. Wenn ich aber heimkehre, beginne ich, ein Stück Gruyère AOC mit Brot zu essen, anschliessend folgt ein Fondue, halb Gruyère, halb Vacherin. Das nenne ich Rückkehr zu den Wurzeln.“

Die beiden mit Rémy Schroeter verbrachten Tage, an denen er seine Begeisterung mit den Besuchern teilte, werden uns in unvergesslicher Erinnerung bleiben. Leider ist Rémy Schröter letzten Sommer bei einem Bergunfall verstorben.

Während der Sommer- und Herbstmonate reihte sich ein Anlass an den andern: der Tag der Alphornbläser, der Treichler, der Handharmonika-Spieler, des Kinderzirkus Toamême und der Tag der Fanfaren. Weitere Veranstaltungen werden noch bis ins nächste Frühjahr hinein folgen. Das Maison du Gruyère empfiehlt Ihnen die weiteren Anlässe in Gruyères-Pringy zu besuchen, um den runden Geburtstag gebührend feiern zu können.

Lanciert wurden die Festlichkeiten mit der Aufzeichnung der Sendung „Les dicodeurs“ auf RSR. Unter der Leitung von Laurence Bisang legten Pascal Vincent, Daniel Rausis, Frédéric Gérard und Lucas Thorens die Vorzüge der Schaukäserei und des Gruyère AOC dar.

Philippe Bardet, Direktor der IPG und Präsident der Genossenschaft Gruyère, der Besitzerin der Lokalitäten, erteilte humorvoll Rede und Antwort, ganz im Sinne der diesen Sendungen eigenen Art.



## Veranstaltungs- Programm

- **Samstag, 26. Dezember 2009:**  
**Weihnachten in der Käserei**  
Kerzenziehen für Kinder und Erwachsene  
Geschichten von Odile Hayoz  
Ausstellung und Diskussion durch den Bienenzüchter-Verein des Greyerzerlandes
- **Samstag, 30. Januar 2010:**  
**Tag der Gemischten Chöre von Gruyères und des Intyamon**  
Gemischter Chor von Grandvillard  
Chor der Gruyère-Bruderschaft  
„La Gruéria“ von Gruyères  
„La Voix des Alpes“ von Enney  
„La Benjamin“ von Villars-sous-Mont und „La Cécilienne“ von Estavannens  
„La Cécilienne“ von Albeuve  
„L’Echo de l’Evi“ von Neirivue
- **Samstag, 27. Februar 2010:**  
**Fastnacht in der Käserei**  
Schminken und Darbietung von „Guggenmuusig“, Spiele für Kinder
- **Samstag, 27 März 2010:**  
**Ostern in der Käserei**  
Bemalen und Färben von Ostereiern  
Musikalische Unterhaltung  
Orgelkonzert u. a. mit Drehorgeln
- **Samstag, 24 April:**  
**Tag der Milchproduzenten der Käserei**  
Vorführung der Kühe mit Viehschau und Prämierung  
Wahl der Miss „La Maison du Gruyère“  
Vorbeizug der Herde von Pascal Yerly

„La Cécilia-Gaité“ von Monbovon und „Le Choer Montagnard“ von Lessoc

• **Mittwoch, 05. Mai:**  
**Offizieller zehnter Jahrestag**

- **Samstag, 8. Mai:**  
**Zehn Jahre La Maison du Gruyère**  
Tage der offenen Tür  
Fabrikation von Gruyère AOC auf dem Holzfeuer im neuen Chalet  
Informationsstand der IPG,  
Degustation von Gruyère AOC  
Kapitel der „Confrérie du Gruyère“  
und Einweihung des neuen Chalets der „Confrérie du Gruyère“.



Weitere Details zum Programm erfahren Sie unter:  
[www.lamaisondugruyere.ch](http://www.lamaisondugruyere.ch)



# Gil Montandon

«J'ai une complicité de longue date avec le Gruyère AOC»

En 25 ans de carrière en ligue nationale A, Gil Montandon aura joué plus de 1000 matches sous les couleurs de Fribourg Gottéron et du CP Berne. Le talentueux Neuchâtelois a décidé de se retirer de la compétition active à la fin de la saison dernière. Lors d'une petite cérémonie à l'issue du premier match de la saison 2009-2010 qui opposait précisément Gottéron à Berne, l'Interprofession du Gruyère, sponsor du club fribourgeois, a remercié le sportif en lui offrant une cloche à ses initiales. L'Oiseau a profité de l'occasion pour rencontrer le hockeyeur qui aura porté bien haut et durant de nombreuses années les couleurs du Gruyère AOC.

*«Comment avez-vous fait pour avoir une telle longévité ? 25 ans au top du hockey suisse, ce n'est pas fréquent !»*

«En mangeant du Gruyère, bien sûr ! (Rires) Plus sérieusement, c'est une hygiène de vie, mais pas du tout une vie de sacrifices. J'ai toujours eu à cœur de bien faire. Quand j'ai commencé à 12 ans, j'ai élaboré des sortes de protocoles avant les matches, pendant et après. Et puis, en période de vacances aussi, je n'ai

jamais relâché mon attention. Quand j'étais enfant, je me donnais déjà pour ce sport. Petite anecdote : quand je suis arrivé en première équipe à Neuchâtel vers 14-15 ans, l'entraîneur nous a distribué le programme d'été pour les entraînements. Il y en avait 6 par semaine. J'ai regardé mes copains et je me suis dit : «si je fais comme eux, 6 entraînements, je ne serai pas plus fort qu'eux. Mais j'ai envie d'être meilleur. Alors j'ai multiplié par deux mes entraînements. Et ça n'a jamais arrêté. Je me suis beaucoup entraîné tout au long de ma carrière. J'ai ainsi conservé une très bonne forme physique et un bon fond aérobic, ce qui m'a permis d'avoir un pouvoir de récupération au-dessus de la moyenne. Mais franchement, pour moi, il n'y a rien d'extraordinaire. C'est vrai qu'il y a une somme de travail importante, mais on est des pros.

Au fond, je crois que le plus difficile, ce n'est pas de faire aller les jambes, mais de garder la tête froide».

*«Avec Fribourg Gottéron, vous avez donc porté les couleurs du Gruyère AOC durant de nombreuses années. C'est important de partager les valeurs qui sous-tendent ce produit ?»*

«Quand on est un sportif d'élite, on se doit de ne pas dénigrer ceux qui nous soutiennent. Mais c'est vrai que c'est agréable d'avoir des sponsors de la région. Avec le Gruyère AOC, on a une relation constante. On vit tous les jours avec lui. On en mange tous les jours ; on en achète quasi tous les jours. Cette proximité nous permet de défendre son image avec beaucoup de plaisir.»

*«Vous aimez donc le Gruyère AOC !»*

«Effectivement, ce n'est rien d'avoir porté les couleurs du Gruyère AOC. C'est surtout que j'en ai énormément mangé ! C'est vrai que c'est un fromage extraordinaire. Dans un bon restaurant, quand il y a un plateau de fromages, il y a beau avoir d'autres fromages exceptionnels, je prends toujours un morceau de Gruyère AOC dans l'assiette. Ça fait plaisir. D'abord, ce fromage est bon. Et c'est l'essentiel. Mais il y a aussi l'investissement des gens du Gruyère AOC dans le sponsoring. Et j'ai l'impression qu'ils tablent juste. Ils soutiennent des manifestations populaires et c'est important à tous les niveaux. J'ai participé à plusieurs manifestations pour le Gruyère AOC. Je suis par exemple allé remettre



un maillot durant le Tour de Romandie et j'ai aussi tourné un spot TV... c'était extra. Oui, oui, j'ai une complicité avec le Gruyère AOC qui est de longue date.»

«Vous le mangez comment ? A la coupe, en fondue ?»

«Sous toutes ses formes. A la coupe et en fondue.»

«Vous êtes d'accord avec le slogan : la fondue crée la bonne humeur ?»

«Complètement. C'est convivial, chaleureux... c'est heimelig... comme ils disent en Suisse allemande.»

«Avec vos coéquipiers alémaniques et romands de l'équipe de Suisse, vous mangiez de la fondue ?»

«Je n'en ai pas le souvenir. C'est que, quand vous êtes en phase de compétition, il y a des recommandations en matière d'alimentation qui sont assez strictes. Et il est normal qu'on n'aille pas manger une fondue le jour ou la veille d'un match.»

«Et le lendemain ?»

«Pourquoi pas. Mais ce n'est pas très souvent, parce que, lorsqu'on fait du sport de haut niveau, le prochain match ou la prochaine compétition, c'est toujours très proche. Mais si on joue au foot, par exemple, dans une équipe qui ne recherche pas le résultat, la fondue avant un match... pourquoi pas ?»

«Et lorsque vous revenez des championnats du monde ou d'un séjour à l'étranger, votre premier choix alimentaire made in Switzerland, c'est le bircher ou le Gruyère AOC ?»

«Un morceau de Gruyère au dessert. Quand on rentre en Suisse, c'est vraiment très appréciable.»

«Quelques mots sur votre avenir. Vous avez été nommé directeur d'un centre multisport à Farvagny.»

«Ce centre s'appelle Palæstra. C'est un nom de la Grèce antique qui signifiait gymnase. Les sportifs de l'époque allaient s'y entraîner avant de participer aux Jeux. J'ai été nommé directeur de l'exploitation. Pour le moment, Palæstra est encore en construction. Il sera inauguré au printemps. Nous avons beaucoup de projets pour ce centre multisport. On pourra y pratiquer du tennis, du squash, du fitness ; il y aura un centre wellness avec sauna, hammam etc., garderie ; sans oublier un restaurant et une salle de conférence. Sur une surface au sol de 8000 m<sup>2</sup>, le centre multisport Palæstra se construit pour le plus grand plaisir des Fribourgeois et pourquoi pas des ressortissants des cantons voisins.»

«Le hockey, c'est tout à fait fini ?»

En tant que joueur, sûrement. Mais ce n'est pas exclu que je revienne fréquenter le milieu du hockey, d'une manière ou d'une autre. Pour le moment, je n'ai pas de projet précis. La mise en place du projet Palæstra me suffit largement.

«Votre meilleur souvenir ?

Ma carrière dans son ensemble

Si vous étiez un aliment, vous seriez ?

Du fromage... du Gruyère AOC bien sûr !

Si vous étiez une boisson ?

De l'eau

Si vous étiez un animal ?

Un taureau, notamment parce que c'est mon signe astrologique

Si vous étiez un arbre ?

Un roseau. Je suis un lacustre, né au bord du lac de Neuchâtel. Et le roseau, ce n'est pas frêle du tout.



Quelle est votre série TV préférée ?

24 heures chrono

Votre film préféré ?

Slumdog millionnaire

Votre couleur préférée ?

Le vert dans toutes ses teintes

Votre sport préféré ?

Tous les sports à Palæstra

Votre ville préférée ?

N'importe laquelle, pourvu qu'elle soit grande

Votre souhait le plus cher ?

Que Fribourg Gottéron devienne champion suisse. Peu importe quand.»



## Gil Montandon

**„Dem Gruyère AOC fühle ich mich seit langem stark verbunden“**

*Während der 25 Jahre dauernden Karriere hat Gil Montandon mehr als 1'000 Partien in den Farben von Fribourg Gottéron und dem SC Bern bestritten. Ende der letzten Saison hat sich der talentierte Neuenburger entschlossen, seine Spielerkarriere zu beenden. In einer kleinen, am Ende des ersten Matches der Saison 2009 – 2010 zwischen Gottéron und Bern, gehaltenen Feier, hat die Sortenorganisation Gruyère als Sponsor der Freiburger dem verdienten Sportler gratuliert und ihm eine Glocke mit seinen Initialen überreicht. Wir haben die Gelegenheit benutzt, um den Hockeyaner, der während vielen Jahren die Farben des Gruyère AOC hochhielt, zu treffen.*

**„Wie haben Sie es geschafft, um so lange aktiv sein zu können? 25 Jahre im Spitzeneishockey - das kommt nicht oft vor.“**

*„Natürlich, indem ich Gruyère AOC esse! (lacht) Ernsthaft, indem ich ein normales Leben führte, nicht auf Vieles verzichten musste und meine Arbeit immer gut machen wollte. Als*

*ich mit 12 Jahren begann, habe ich vor, während und nach den Spielen jeweils Protokoll geführt. Auch in den Ferien blieb ich immer aufmerksam. Bereits als Kind, drehte sich alles um Eishockey. Eine kleine Anekdote: Als ich mit 14 – 15 Jahren Mitglied der ersten Mannschaft wurde, verteilte uns der Trainer das Programm für das Sommertraining. Dieses sah sechs Einheiten pro Woche vor. Indem ich meine Mannschaftskollegen betrachtete, sagte ich mir: „Wenn ich wie sie sechs Trainings mache, werde ich nicht stärker sein als sie. Ich will aber besser als sie werden.“*

*Also habe ich die Übungen verdoppelt. Mit dem zusätzlichen Training habe ich sehr gute physische Voraussetzungen geschaffen. Meine Lockerheit und das Körpertraining waren Basis für mein überdurchschnittliches Erholungsvermögen. Für mich war es jedoch nichts Aussergewöhnliches. Natürlich ist all das mit viel Arbeit verbunden, aber wir sind ja schliesslich auch Profis. Eigentlich, bin ich überzeugt, dass nicht „das Beine vorwärts Bewegen“ das Schwierigste ist, sondern jeweils einen klaren Kopf zu behalten.“*

**„Mit Fribourg Gottéron haben Sie während vielen Jahren die Farben des Gruyère AOC getragen. Ist es für Sie wichtig, an die Werte, die dem Käse eigen sind, zu glauben?“**

*„Als Elitesportler ziemt es sich nicht, diejenigen, die uns unterstützen, zu belächeln. Es ist schon angenehm, Sponsoren aus der engeren Region zu haben. Mit Gruyère AOC, pflegen wir stete Beziehungen. Wir leben tagtäglich mit ihm. Man isst davon jeden Tag und kauft davon praktisch täglich. Diese Nähe macht es möglich, sein Image mit viel Vergnügen zu heben und zu pflegen.“*

**„Sie lieben also den Gruyère AOC?“**

*„Tatsächlich, es geht nicht darum, einfach das Emblem des Gruyère AOC zu tragen, sondern ich habe davon sehr viel gegessen. Es ist wirklich ein ausserordentlicher Käse. In einem guten Restaurant, wo es Käse gibt, dürfen auch andere Sorten angeboten werden, ich bevorzuge immer ein Stück Gruyère. Er bereitet Vergnügen, weil er gut ist; das ist am wichtigsten. Des*

weitem, gibt es auch die Investitionen der Gruyère-Leute ins Sponsoring. Und ich glaube, dass sie damit richtig liegen. Sie unterstützen auch volkstümliche Veranstaltungen, was auf allen Ebenen wichtig ist. Ich selbst habe für Gruyère AOC an verschiedenen Veranstaltungen dieser Art teilgenommen. Zum Beispiel habe ich anlässlich der Tour de Romandie ein Leibchen übergeben und durfte einen TV-Spot drehen - es war grossartig. Es stimmt, dem Gruyère AOC fühle ich mich seit langem sehr verbunden.“

**„Wie essen Sie ihn? Als Schnittkäse oder als Fondue?“**

„In allen Formen. Sowohl als Schnittkäse, als auch als Fondue.“

**„Sind Sie mit dem Slogan „Fondue schafft gute Laune“ einverstanden?“**

„Absolut, es ist einladend, herzlich, ... „heimelig“ ... wie sie in der Deutschschweiz zu sagen pflegen.“

**„Haben Sie jeweils mit Ihren deutsch-schweizer oder welschen Nationalmannschafts-Kollegen Fondue gegessen?“**

„An solches erinnere ich mich nicht. Während den Wettkämpfen gibt es ziemlich strikte Empfehlungen zur Verpflegung. Es scheint mir normal zu sein, dass man am Vortag oder am Vorabend eines Matches kein Fondue isst.“

**„Und am Tag danach?“**

„Warum nicht. Oft kommt das aber nicht vor, denn wenn Sie auf hohem Niveau Sport treiben, steht der nächste Match oder der nächste Wettkampf immer kurz bevor. Aber spielt man Fussball in einer Mannschaft, bei der das Resultat nicht das Wichtigste ist, ein Fondue vor dem Match ... warum nicht?“

**„Wenn Sie von Weltmeisterschaften oder von einem Aus-**

**landaufenthalt heimkehren, gilt dann Ihre erste Wahl eines Schweizer Lebensmittels dem Birchermüesli oder dem Gruyère AOC?“**

„Komme ich zurück in die Schweiz, schätze ich ein Stück Gruyère zum Dessert sehr.“

**„Einige Worte zu Ihrer Zukunft. Sie wurden als Direktor eines polysportiven Zentrums in Favargny gewählt.“**

„Das Zentrum nennt sich Palæstra, ein Name aus der griechischen Antike und bedeutet Gymnasium. Die Sportler dieser Epoche trainierten dort, bevor sie an den Spielen teilnahmen. Ich wurde als Betriebsdirektor nominiert. Zur Zeit wird noch eifrig gebaut. Die Einweihung ist für kommendes Frühjahr geplant. Es bestehen viele Projekte. So werden wir dort Tennis, Squash und Fitness betreiben können; es wird ein Zentrum für Wellness mit Sauna und Dampfbad sowie einen Hütedienst geben, ohne das Restaurant und einen Konferenzsaal zu vergessen. Das Polysportzentrum Palæstra wird zum Vergnügen der Freiburger und hoffentlich auch auswärtiger Kunden auf einer Fläche von 8'000 m<sup>2</sup> erstellt werden.“



**„Das Eishockey ist also endgültig vorbei?“**

„Als Spieler ganz sicher. Jedoch ist es nicht ausgeschlossen, dass ich auf die eine oder andere Art ins Hockeygeschäft zurückkehre. Heute gibt es dazu jedoch keine Pläne. Der Aufbau des Projektes Palæstra genügt mir vollends.“



**„Ihre schönste Erinnerung?“**  
Meine Karriere in ihrer Gesamtheit.

**„Wären Sie ein Lebensmittel, Sie wären?“**  
Käse ... natürlich Gruyère AOC!

**„Wären Sie ein Getränk?“**  
Wasser

**„Wären Sie ein Tier?“**  
Ein Stier, vor allem auch, weil ich im Zeichen des Stieres geboren bin.

**„Wären Sie ein Baum?“**  
Ein Schilfrohr. Ich bin ein an den Ufern des Neuenburgersees geborener Pfahlbauer und das Schilfrohr gilt keineswegs als schwach.

**„Welches ist Ihre bevorzugte TV-Serie?“**  
24 heures chrono

**„Ihr Lieblingsfilm?“**  
Slumdog millionnaire

**„Ihre Lieblingsfarbe?“**  
Grün in allen Schattierungen

**„Ihr Lieblingssport?“**  
Alle Sportarten in Palaestra

**„Ihre Lieblingsstadt?“**  
Irgendeine, Hauptsache, sie ist gross

**„Ihr grösster Wunsch?“**  
Dass Fribourg Schweizer Meister im Eishockey wird. Wann, spielt keine Rolle.



# Médailles et diplômes

pour 40 fromagers de plaine et 11 fromagers d'alpage

Pour la deuxième fois de son histoire, l'IPG a décerné fin novembre une distinction aux fromagers de plaine et d'alpage qui ont obtenu les meilleurs résultats de taxation au cours des 5 dernières années.

Réaliser sur 5 ans une moyenne de taxation supérieure à 19 points. Telle est la condition pour se voir attribuer une distinction attribuée par l'Interprofession. Le 25 novembre, à Moudon, 51 fromagers ont ainsi été récompensés pour l'excellence de leur production. La fête, ponctuée par des airs chantés par le chœur de la Confrérie et joués par le

Quatuor d'Albeuve, aura permis à Pierre Dubois président de l'IPG, Philippe Bardet, directeur et Jean-Louis Andrey, responsable de la qualité, de rappeler que la haute qualité du Gruyère AOC est nécessairement le fruit d'une intense collaboration entre tous les membres de la filière.

«Toutes les techniques de marketing, tous les règlements seraient vains si le produit n'était pas de qualité» a ainsi rappelé Pierre Dubois. Certes, la morosité économique ambiante n'incite guère à l'enthousiasme, ont également relevé les orateurs. Mais le fait que notre

produit réussisse à tenir sur les marchés est un signe encourageant et une preuve indirecte que les consommateurs apprécient notre exigence de qualité.

Lors de la cérémonie, Jean-Louis Andrey a encore précisé qu'au cours de ces cinq dernières années, la moyenne de toutes les taxations réalisées est de 18,75 points pour les fromages de plaine et de 18,55 points pour les fromages d'alpage. C'est donc bien l'ensemble de la production et l'ensemble de tous les membres de la filière qui mériteraient de se retrouver sur le podium !



Interview de Marcel Progin, médaillé d'or avec 19,65 points

## Le respect des règles

*Pour la deuxième fois consécutive, vous figurez en tête des médaillés pour le fromage d'alpage. Vous avez un secret ?*

D'abord, il y a une partie de chance. Il

suffit d'un rien pour perdre un demi, voire un point lors de la taxation. Et c'est difficile de savoir pourquoi, de comprendre ce qui s'est passé lors de la fabrication. Au printemps, quand on recommence à l'alpage, on part chaque fois un peu à l'aveugle même si on fait tout pour «faire juste».

Cela dit, il y a une ligne à maintenir. Il faut à tout prix éviter de sauter du coq à l'âne.

***Vous n'avez pas de secret donc, mais une grande discipline ?***

Il faut respecter les règles. Il faut de la rigueur. Ça commence avec le soin aux bêtes et cela se poursuit jusqu'à l'affinage. Il ne faut pas avoir peur d'utiliser la brosse avec énergie. Il y a aussi l'hygiène de la traite. Et quand je fabrique, j'essaie également de ne pas être stressé. Le stress, c'est mauvais à ce moment-là. Pour l'affinage, c'est pareil : respect des règles et du cahier des charges.

Tout cela ne fait pas obligatoirement un bon fromage, parce qu'il y a tou-



# La liste des distinctions

## MÉDAILLE D'OR:

- M. Alain Cardinaux, fromagerie d'Aeschlenberg
- M. Jean-Marie Dunand, fromagerie Le Crêt/FR
- M. Pierre-Alain Uldry, fromagerie de Pont-la-Ville
- M. Ernst Heim, fromagerie de Bösingén
- M. Claude Kolly, fromagerie de Rossens
- M. Emmanuel Piller, fromagerie de Semsales
- M. Stéphane Menoud, fromagerie Les Chauv
- M. Didier Germain, fromagerie Les Martel
- M. Jean-Pierre Bapst, fromagerie Avry-dt-Pont
- M. Alexandre Tinguely, fromagerie d'Ursy
- M. Marcel Progin, Alpage Le Gros-Plané
- M. Jacques Murith, Alpage La Provêta-Tsermon
- M. Hans König, Alpage La Vatia d'Avau



## MÉDAILLE D'ARGENT:

- M. Philippe Geinoz, fromagerie de Bémont
- M. Walter Reist, fromagerie de Lugnorre
- M. Gérard Equey, fromagerie Vuistemens-dt-Romont
- M. Alexandre Guex, fromagerie de Châtonnay
- M. Pierre Reist, fromagerie de Nods
- M. Eugène Dumas, fromagerie de Mézières
- M. Benoît Déforel, fromagerie de Sâles/Gruyère
- M. Franz Jungo, fromagerie de Strauss
- M. René Pernet, fromagerie de Peney-le-Jorat
- M. Marc-André Girardin, fromagerie Les Jordans
- M. Christian Bourquenoud, Alpage Le Creux
- M. Yvan Brodard, Alpagnes La Tioleyre, Les Grenérêts, La Carra
- MM. Michel, Patrick et Emmanuel Mauron, Alpagnes Gros-Caudon, Les Guedères



## MÉDAILLE DE BRONZE:

- M. Hans-Peter Furrer, fromagerie Les Reussilles
- M. Olivier Habegger, fromageries de Brenles, Chésalles, Sarzens
- M. Dominique Dévaud, fromagerie Châtel-St-Denis
- M. Michel Pasquier, fromagerie d'Echarlens
- M. Philippe Munier, fromagerie Les Rottières, Essertines-sur-Rolle
- M. Didier Bovet, fromagerie de Corcelles-le-Jorat
- M. Dominique Caille, fromagerie de Romanens
- M. Pascal Guénat, fromagerie de Villaraboud
- M. Roland Pittet, fromagerie de Bouloz-Porsel
- M. Antoine Castella, fromagerie de Combremont-le-Petit
- M. Jaques Ruffieux, Alpage Tissiniva
- M. Alfred Bühler, Alpage Twanbergli



## OPTENTION DE DIPLOME:

- M. Jean-Daniel Jäggi, fromagerie de Grandcour
- M. André Menoud, fromagerie de Mont-de-Travers
- M. Gérard Raboud, fromagerie de Courgenay
- M. Jean-Paul Favre, fromagerie La Sionge
- M. Heinz Aebischer, fromagerie de Ballens
- M. Adrian Scheidegger, fromagerie de Niedermuhren
- M. Blaise Christen, fromagerie de La Joux-du-Plâne
- M. Gilbert Golay, fromagerie de Penthérez
- M. Gérard Kolly, fromagerie de Prez-vers-Siviriez
- M. Gérard Bezençon, fromagerie de Pampigny
- MM. Philippe et Jean-Daniel Ruffieux, Alpage Varvalanna
- M. François Liaudat, Alpage Les Vuipay
- M. Béat Piller, Alpage Vounetz

jours cette partie de chance ; mais cela y contribue fortement.

### Quelle quantité de Gruyère AOC d'alpage fabriquez-vous ?

Je fabrique 9 à 10 tonnes par saison. J'affine mes meules pendant un mois. Je les livre ensuite à Mifroma qui termine l'affinage avec soin..

notre côté. Mais il reste toujours une part de hasard. On a beau diriger la fabrication, il y a toujours des aspects extérieurs qui ne sont pas maîtrisables. Je devrais presque dire «heureusement». Parce que si tout était maîtrisable, il y a longtemps que l'industrie se serait emparée de notre produit.

### Quelle est la qualité qui vous paraît essentielle ?

La rigueur et l'observation. A la réception du lait, si je me rends compte que quelque chose cloche, j'en discute tout de suite avec le producteur. Lors de la fabrication, il faut aussi avoir l'œil ouvert. Et puis à la cave aussi, il faut savoir réagir en fonction de paramètres qui ne cessent de changer. Il faut donc en permanence être attentif à tout. Il faut suivre, être là tout le temps.

### Il y a 8 ans que vous tenez une fromagerie. Et vous vous retrouvez déjà en tête des médaillés. Vous devez être fier !

C'est sûr qu'il y a une certaine fierté. Il y a 5 ans, quand j'ai vu les résultats, je me suis dit : «celui qui a fait 19,01 sur 5 ans, c'est déjà magnifique !» Et à l'époque je n'osais pas vraiment espérer figurer sur cette liste. Aujourd'hui je me dis que si on forme une vraie équipe avec les producteurs, si on fait tous le maximum, on a de bonnes chances de fabriquer un bon produit qui est affiné avec soin chez Fromagerie Gruyère SA.



Interview d'Alain Cardinaux, médaillé d'or avec 19,59 points

## Rigueur et observation

### Saint-Ours connaît au moins deux fromageries réputées. Est-ce que vous avez une explication ?

Je ne sais pas... peut-être qu'il y a une bonne étoile au-dessus de la région ! Franchement je n'ai pas de bonne explication. Ce que je constate, c'est qu'ici, c'est simple. On se fait confiance. Et il est évident qu'une bonne coopération entre les producteurs et le fromager est essentielle pour obtenir un produit de qualité.

### Cela ne suffit sans doute pas...

J'essaie tous les jours de faire au mieux, de mettre le maximum de chances de



Monsieur Maurice Bapst

## Les Olympiades des fromages de montagne

Lors du concours qui s'est déroulé dans l'Abbatiale de Bellelay vendredi 23 octobre, 631 fromages, répartis en 15 catégories, ont été soumis à l'appréciation du jury. Ils provenaient de Suisse, de France, d'Italie, d'Autriche, d'Allemagne, du Portugal, d'Espagne, mais aussi du Canada, du Mexique et du Japon. Dans la catégorie «fromages à pâte dure à croûte emmorgée» qui comptait 130 fromages en concours, la Suisse et le Gruyère AOC ont eu la grande joie de récolter les trois médailles : Erich Hunkeler, laiterie de Sommen-tier, médaille d'or et prix spécial, Maurice et Jacques Bapst, La Roche pour leur Gruyère AOC d'alpage, médaille d'argent et prix spécial, et Blaise Christen, laiterie de La Joux-du-Plâne, bronze.

Il y a deux ans que les responsables de Caseus Montanus Suisse, représentés par Fromarte, se sont engagés à organiser les Olympiades des fromages de Montagne dans le berceau de la Tête de moine AOC. Cette manifestation avait été lancée pour la première fois dans la Vallée d'Aoste en 2002. Elle a pour objectif de mettre sur le devant de la scène les fromages de montagne, les

traditions qu'ils véhiculent et la richesse résultant de conditions climatiques et topographiques souvent difficiles. Après quatre éditions en rythme annuel, la manifestation a pris un rythme biennal. C'est la France qui s'est engagée à monter la prochaine olympiade en 2011.

### Plusieurs sites et différents événements

Pour respecter l'intercantonalité de la Tête de moine, ces Olympiades ont eu lieu entre Bellelay BE pour le concours des fromages, Saignelégier JU pour le marché et Tramelan BE pour le séminaire. Le séminaire a porté la réflexion sur le lien entre le produit et sa région et différents intervenants suisses et français ont apporté leurs idées au renforcement des fromages de montagne. On peut conclure que si le produit est apprécié en tant que tel, le soutien politique est indispensable au maintien de la valeur ajoutée dans les régions montagneuses.

### Des découvertes intéressantes

L'afflux populaire s'est surtout concentré sur Saignelégier. Il faut dire qu'un marché de 70 stands présentant des fromages de plusieurs pays participants au concours, mais aussi d'autres spécialités et un peu d'artisanat permettait

bien des découvertes et des achats de spécialités. La fondue géante a permis de régaler les 1100 personnes inscrites et le buffet de fromages a charmé près de 4500 personnes.

### Madame Doris Leuthard, compagnon d'honneur de la Confrérie

Vendredi, la Conseillère fédérale Doris Leuthard, cheffe du Département de l'économie, avait gratifié la manifestation d'une longue visite entre Bellelay et Saignelégier. Dans son enthousiasme pour les fromages de montagne, elle a même accepté de se faire introniser compagnon d'honneur dans la Confrérie du Gruyère. Elle a donc juré fidélité au produit et assuré que l'AOC est un moyen de lutter contre les fraudes.

Madame Doris Leuthard a inauguré ces sixièmes Olympiades des fromages de Montagne. C'était sans compter sur le chahut provoqué par un petit groupe de producteurs de lait mécontents. Après le passage de la flamme, la cérémonie s'est terminée de façon un peu abrupte. La fête n'a pas été ternie pour autant. Et l'affluence populaire, entre autres au cortège de dimanche, était là pour en attester.

L'an prochain, la fête du fromage ne se déplacera que de quelques dizaines de kilomètres. En effet, les fromages suisses – toutes altitudes confondues – se retrouveront dans la zone de production du Gruyère AOC. Neuchâtel accueillera la septième édition des Swiss Cheese Awards du 30 septembre au 3 octobre 2010.





photo © RJB Gaël Klein

Mme Doris Leuthard, Conseillère Fédérale

## EN PLUS DES MÉDAILLES, VOICI LES DIPLÔMES

- **Jean-Daniel Perren** à Chesalles-sur-Oron
- **Jean-Marie Dunand** au Crêt-près-Semsaes
- **Kurt Keusen**, à Belp
- **Didier Germain** aux Ponts-de-Martel
- **Hanspeter Wälchli**, à Lignièrès
- **Pierre Reist**, à Nods
- **Pierre Buchillier**, aux Moulins
- **Yvan Aeby**, à Oberschrot
- **Cédric Vuille**, à La Brévine
- **Christophe Esseiva**, à Vaulruz
- **Yvan et Pierre Brodard** à Treyvaux
- **Simon Renaud**, à Gimel
- **Jacques Murith**, à Gruyères
- **Vincent Tyrode**, à L'Auberson

## Autres concours

### Concours de fromages de Nantwich

Lors du concours de fromages de Nantwich (Grande Bretagne, 28 et 29 juillet 2009) réunissant des fromages du monde entier, le Gruyère AOC a obtenu diverses distinctions :

- Le Gruyère AOC de Monsieur Guex de Châtonnaye, affiné par l'entreprise Von Mühlénen à Düdingen, a obtenu la médaille d'or, ainsi que la distinction de «Suprême Champion». M. Guex a en plus obtenu une des trois récompenses suprêmes de la manifestation.

- Le Gruyère AOC de la famille Benoît et René Kolly, Le Mouret, affiné par Emmi Kaltbach, a obtenu la mention «Very Highly Commended».
- Le Gruyère AOC de Pierre Reist, Nods, affiné par Emmi a également obtenu une médaille d'or.
- Enfin, Le Gruyère AOC Bio de Monsieur J.-P. Furrer, des Reussilles, affiné par Emmi a obtenu une médaille d'argent dans la catégorie Gruyère AOC Bio.

### Concours de fromages Courtemelon

Lors du concours de fromages qui s'est déroulé le 23 septembre à Courtemelon les fromagers suivants ont été distingués :

Résultats pour Le Gruyère AOC :

#### Médaille d'argent :

- M. Raemy Jérôme, Autigny
- M. Rohrbach Daniel, Emmi Käse AG
- M. Hunkeler Erich, Sommentier.

#### Médaille de bronze :

- M. Vuille Eric, La Brévine
- M. Tyrode Vincent, L'Auberson pour le Gruyère AOC de montagne mi-salé
- M. Geinoz Philippe, Fromagerie de Bémont, Le Brouillet
- M. Nicolet Jean-Marc, Les Verrières
- M. Kälin Christian, Le Noirmont.

### World Cheese Award 2009

Du 1er au 3 octobre 2009 ont eu lieu les World Cheese Award à Las Palmas, Grande Canarie. 2500 fromages venant de 34 pays différents ont été jugés par 200 experts provenant de différents pays.

Les médailles d'or pour le Gruyère AOC ont été attribuées à :

- M. August Ott, Alosen, a reçu 2 médailles d'or. Affiné par Lustenberger + Dürst SA
- M. Adrian Scheidegger, Niedermuhren. Affiné par Von Mühlénen AG
- M. Franz Jungo, Strauss a reçu 2 médailles d'or. Affiné par Von Mühlénen AG
- M. Alexandre Guex, Châtonnaye. Affiné par Von Mühlénen AG.

#### Médailles de bronze :

- M. Markus Sturny, Lanthen. Affiné par Von Mühlénen AG
- M. Alexandre Guex, Châtonnaye. Affiné par Von Mühlénen AG
- M. Serge Grossrieder, Grolley. Affiné par Von Mühlénen AG
- M. Heinz Aebischer, Ballens. Affiné par Fromco.

### Olma 2009 :

La 67e OLMA, foire suisse de l'agriculture et l'alimentation s'est tenu du 8 à 18 octobre 2009.

Le Gruyère AOC d'alpage s'est distingué lors de cette manifestation.

- **2ème prix** : M. Philippe Dupasquier, Alpage Lithy
- **4ème prix** : M. Jean-Claude Pittet, Alpage Les Amburnex
- **5ème prix** : MM. Gérard Berguer et Christian Viande, Alpage La Burtignière.

Ces résultats extraordinaires sont la reconnaissance de l'excellente qualité du Gruyère AOC en général, et du travail de toute une filière.



## Medaillen und Diplomes

### für 40 Käser von Talkäsereien und 11 Käsern von Alpbetrieben

Zum zweiten Mal in ihrer Geschichte hat die Sortenorganisation Gruyère Ende November in Moudon Käsern von Tal- und Alpbetrieben, die während den letzten fünf Jahren die besten Taxations-Resultate erzielten, eine Auszeichnung verliehen.

Während des fünf Jahre dauernden Taxationswettbewerbes mussten im Durchschnitt mindestens 19 Punkte erreicht werden, um eine der durch die Sortenorganisation Gruyère vergebenen Auszeichnungen zu erhalten. Am 25. November wurden 51 Käser für die ausgezeichnete Qualität ihrer Produktion honoriert. Anlässlich der mit den Liedern

des Chores der Gruyère-Bruderschaft und den Vorträgen des „Quartetts von Albeuve“ umrahmten Feier, riefen Pierre Dubois, Präsident, Philippe Bardet, Direktor und Jean-Louis Andrey, Qualitätsverantwortlicher, in Erinnerung, dass die hohe Qualität des Gruyère AOC als Resultat einer intensiven Zusammenarbeit aller Mitglieder der Sortenorganisation zu werten ist.

„Alle Techniken des Marketings sind unnütz und alle Reglemente vergebens, wenn das Produkt nicht der erwünschten und erwarteten Qualität entspricht,“ führte Pierre Dubois aus. Sicher, rege die aktuelle wirtschaftliche Verdrossenheit

kaum zu Begeisterung an. Die Tatsache jedoch, dass sich unser Produkt auf den Märkten halte, sei ein ermutigendes Zeichen und damit indirekt auch Beweis, dass die Konsumenten unsere Qualitätsanforderungen schätzen.

Wie von Jean-Louis Andrey während der Feier präzisiert, hat während den letzten fünf Jahren das Mittel aller Taxationsresultate 18.75 Punkte für den Käse aus dem Talgebiet und 18.55 Punkte für den Alpkäse erreicht. Angesichts dieser Resultate hätten es alle der Produktion angehörenden und sämtliche Mitglieder der Sortenorganisation verdient, auf dem Podium zu stehen.

Interview mit Marcel Progin, Gewinner der Goldmedaille mit 19,65 Punkten

### Die Einhaltung der Vorschriften steht über allem

Zum zweiten Mal in Folge stehen Sie an der Spitze der Medaillengewinner für den Alpkäse. Haben Sie dafür ein Erfolgsrezept?

Ganz sicher spielt auch das Glück eine Rolle. Ein kleine Unachtsamkeit kann

bei den Taxationen einen halben, ja gar einen ganzen Punkt ausmachen. Auch ist es schwierig zu verstehen, was jeweils bei der Produktion genau abläuft. Wenn wir im Frühjahr mit dem Käsen beginnen, wissen wir jeweils wirklich nicht, wo wir stehen, selbst wenn wir alles unternommen haben, um „es richtig zu machen“. Generell gilt es, eine klare Linie zu verfolgen. Ein Hin und Her bringt gar nichts.

Für Sie gibt es also keine Geheimnisse, sondern in erster Linie Disziplin ?

Es gilt die Vorschriften einzuhalten.

Dazu braucht es eine gewisse Härte. Es beginnt mit der Sorgfalt gegenüber den Tieren und setzt sich bis zur Käsepflege fort. Vor dem vollen Einsatz der Bürste darf man sich nicht scheuen. Die Melkhygiene ist ein weiterer Faktor. Auch versuche ich immer, mich während des Fabrikationsprozesses auf keinen Fall in Stress versetzen zu lassen. Stress während der Fabrikation und auch während der Käsepflege ist schädlich. Es gilt, die Vorschriften zu respektieren, und das Pflichtenheft einzuhalten.

Dies alles ergibt aber noch nicht unbedingt einen guten Käse, denn es braucht



## Auszeichnungen

### Liste:

#### GOLD-MEDAILLE:

Herr Alain Cardinaux, Käseerei Aeschlenberg  
Herr Jean-Marie Dunand, Käseerei Le Crêt/FR  
Herr Pierre-Alain Uldry, Käseerei Pont-la-Ville  
Herr Ernst Heim, Käseerei Bösinggen  
Herr Claude Kolly, Käseerei Rossens  
Herr Emmanuel Piller, Käseerei Semsales  
Herr Stéphane Menoud, Käseerei Les Chaux  
Herr Didier Germain, Käseerei Les Martel  
Herr Jean-Pierre Bapst, Käseerei Avry-dt-Pont  
Herr Alexandre Tinguely, Käseerei Ursy  
Herr Marcel Progin, Alp Le Gros-Plané  
Herr Jacques Murith, Alp La Provêta-Tsermon  
Herr Hans König, Alp La Vatia d'Avau



#### SILBER-MEDAILLE:

Herr Philippe Geinoz, Käseerei Bémont  
Herr Walter Reist, Käseerei Lugnorie  
Herr Gérard Equey, Käseerei Vuistemens-dt-Romont  
Herr Alexandre Guex, Käseerei Châtonnay  
Herr Pierre Reist, Käseerei Nods  
Herr Eugène Dumas, Käseerei Mézières  
Herr Benoît Déforel, Käseerei Sâles/Gruyère  
Herr Franz Jungo, Käseerei Strauss  
Herr René Pernet, Käseerei Peney-le-Jorat  
Herr Marc-André Girardin, Käseerei Les Jordans  
Herr Christian Bourquenoud, Alp Le Creux  
Herr Yvan Brodard, Alpen La Tioleyre, Les Grenérêts, La Carra  
Herren Michel, Patrick u. Emmanuel Mauron, Alpen Gros-Caudon, Les Guedères



#### BRONZE-MEDAILLE:

Herr Hans-Peter Furrer, Käseerei Les Reussilles  
Herr Olivier Habegger, Käseereien Brenles, Chésalles, Sarzens  
Herr Dominique Dévaud, Käseerei Châtel-St-Denis  
Herr Michel Pasquier, Käseerei Echarlens  
Herr Philippe Munier, Käseerei Les Rottières, Essertines-sur-Rolle  
Herr Didier Bovet, Käseerei Corcelles-le-Jorat  
Herr Dominique Caille, Käseerei Romanens  
Herr Pascal Guéna, Käseerei Villaraboud  
Herr Roland Pittet, Käseerei Bouloz-Porsel  
Herr Antoine Castella, Käseerei Combremont-le-Petit  
Herr Jaques Ruffieux, Alp Tissiniva  
Herr Alfred Bühler, Alp Twanbergli



#### DIPLOM:

Herr Jean-Daniel Jäggi, Käseerei Grandcour  
Herr André Menoud, Käseerei Mont-de-Travers  
Herr Gérald Raboud, Käseerei Courgenay  
Herr Jean-Paul Favre, Käseerei La Sionge  
Herr Heinz Aebischer, Käseerei Ballens  
Herr Adrian Scheidegger, Käseerei Niedermuhren  
Herr Blaise Christen, Käseerei La Joux-du-Plâne  
Herr Gilbert Golay, Käseerei Penthéraz  
Herr Gérard Kolly, Käseerei Prez-vers-Siviriez  
Herr Gérard Bezençon, Käseerei Pampigny  
Herren Philippe u. Jean-Daniel Ruffieux, Alp Varvalanna  
Herr François Liaudat, Alp Les Vuipay  
Herr Béat Piller, Alp Vounetz

auch das notwendige Glück dazu, doch alles trägt stark zum guten Gelingen bei.

**Welche Menge Alpgruyère AOC fabrizieren Sie?**

Ich fabriziere pro Saison 9 bis 10 Tonnen und pflege die Laibe während eines Monats. Alsdann werden sie von Mifroma zur sorgfältigen Affinierung übernommen.

**Interview mit Alain Cardinaux, Goldmedaillengewinner mit 19.59 Punkten**

### Konsequentes Handeln und Beobachten

**St. Ursen hat mindestens zwei bekannte Käseereien. Haben Sie dafür eine Erklärung?**

Ich weiss es wirklich nicht ..., aber vielleicht gibt es einen guten Stern, der über der Region wacht. Ich habe wirklich keine Erklärung dafür. Was ich jedoch festhalten möchte ist, dass wir uns vertrauen, und es ist offensichtlich, dass eine gute Zusammenarbeit zwischen Milchproduzenten und Käser bestehen muss, um ein Qualitätsprodukt herzustellen.

**Das dürfte aber noch nicht ausreichen, um ...**

Ich versuche jeden Tag, das Beste herauszuholen und das Maximum für uns zu erreichen. Aber ein Teil bleibt immer dem Zufall überlassen. Wir können die Fabrikation noch lange überwachen, es

bleiben immer gewisse externe Einflüsse, die von uns nicht erfasst werden können. Eigentlich sollte ich sagen „glücklicherweise“; denn wäre alles erfassbar, hätte sich die Industrie unsere Produkte schon längst unter den Nagel gerissen.

**Welche Faktoren erscheinen Ihnen am wichtigsten?**

Konsequentes Handeln und Beobachten. Wenn ich bei der Annahme der Milch feststelle, dass etwas nicht in Ordnung ist, diskutiere ich sofort mit dem betreffenden Milchproduzenten. Während der Fabrikation ist Aufmerksamkeit gefragt. Die Käsepflege verlangt Flexibilität, um nach den sich häufig wechselnden Parametern reagieren zu können. Es gilt, ständig auf alles gefasst zu sein, dem Produktionsprozess zu folgen, kurz, immer bereit zu sein.

**Seit acht Jahren führen Sie eine Käseerei und befinden sich bereits an der Spitze der Medaillengewinner. Sie müssen darüber stolz sein!**

Sicher verspüre ich einen gewissen Stolz. Als ich vor fünf Jahren die Punktierungen sah, sagte ich mir: „Das Resultat von 19.01 Punkten im Schnitt auf fünf Jahre gerechnet, ist sehr gut!“

Damals wagte ich nicht zu hoffen, einmal auf dieser Liste zu stehen. Wenn wir heute mit den Milchproduzenten eine echte Equipe gründen, in der jeder das Maximum leistet, haben wir grosse Chancen, auch ein gutes Produkt zu erreichen. Dieses wird anschliessend bei Fromage Gruyère SA mit Sorgfalt affinert.



## Olympiade für Bergkäse

Für den Wettbewerb, der in der Abteikirche zu Bellelay am 23. Oktober 2009 stattfand, wurden 631 verschiedene Käse, eingeteilt in 15 Kategorien, der Jury zur Bewertung vorgelegt. Herkunftsländer waren die Schweiz, Frankreich, Italien, Oesterreich, Deutschland, Portugal, Spanien, aber auch Kanada, Mexiko und Japan. In der Kategorie „Hartkäse mit geschmierter Rinde“, in der 130 Käser teilnahmen, hatten die Schweiz und Gruyère AOC das Vergnügen, die drei Medaillen zu gewinnen: Erich Hunkeler von der Käserei in Sommentier, Goldmedaille, Maurice und Jacques Bapst, La Roche, für den Alp-Gruyère, Silbermedaille, und Blaise Christen, Käserei von La Joux-du-Plane, Bronzemedaille.

Vor zwei Jahren haben die Verantwortlichen von Caseus Montanus Schweiz, vertreten durch Fromarte, mit der Planung der Olympiade für Bergkäse im Ursprungsgebiet des Tête de moine AOC begonnen. Diese Veranstaltung wurde zum ersten Mal im Jahre 2002 im Aostatal durchgeführt. Ziel ist es, den in den Berggebieten produzierten Käse in den Vordergrund zu stellen, da dessen Herstellung nebst vielfältigen Traditionen meist schwierigen klimatischen und topographischen Voraussetzungen unterliegt. Nach einer viermalig jährlichen Durchführung, wurde neu auf einen Zweijahresturnus gewechselt.

Frankreich wird die nächste Olympiade für Bergkäse im Jahre 2011 durchführen.

### Dezentrale Durchführung

Da sich das Ursprungsgebiet des Tête de moine auf zwei Kantone erstreckt, teilte sich die Olympiade auf verschiedene Standorte auf: Bellelay (BE) für den Käsewettbewerb, Saignelégier (JU) für den Markt und Tramelan (BE) für das Seminar. In diesem wurde über die Bedeutung zwischen Produkt und dessen Herkunft und über die Art, wie die Stellung der Bergkäse gestärkt werden könnte, diskutiert. Der Diskussion darf entnommen werden, dass die Produkte wohl sehr geschätzt werden, die politische Unterstützung jedoch unerlässlich ist, um einen Mehrwert für Produkte aus den Bergregionen zu realisieren.

### Interessante Neuentdeckungen

Der Besucherstrom richtete sich vor allem nach Saignelégier. Mehr als 70 Verkaufsstände präsentierten Käse aus den verschiedensten Ländern, die zum Teil auch am Wettbewerb teilnahmen. Der Markt bot Gelegenheit, Entdeckungen zu machen und seine Spezialität einzukaufen. Ein Riesenfondue gab Gelegenheit die 1'100 eingeschriebenen Personen zu erfreuen und das Käsebuffet entzückte nahezu 4'500 Personen.

### Frau Doris Leuthard, Ehrenmitglied der Gruyère Bruderschaft

Am Freitag hatte die Leiterin des Eidgenössischen Volkswirtschafts-Departementes, Frau Bundesrat Doris Leuthard, die Veranstaltung in Bellelay und Saignelégier mit einem langen Besuch beehrt. In ihrer Begeisterung für den Bergkäse hat sie sich sogar als Ehrenmitglied in die Gruyère Bruderschaft aufnehmen lassen. Sie hat damit Treue zum Produkt geschworen, und zugesichert, dass die AOC ein Mittel ist, um gegen Fälschungen vorzugehen.

Frau Bundesrat Doris Leuthard hat die sechste Olympiade für Bergkäse eröffnet. Mit dem durch eine kleine Gruppe unzufriedener Milchproduzenten inszenierten Radau wurde nicht gerechnet. Nach dem Ueberreichen der Flamme, wurde die Zeremonie relativ schnell abgebrochen. Das Fest als solches wurde jedoch nicht getrübt, und die grossen Zuschauermassen, vor allem auch anlässlich des Umzuges am Sonntag, waren ein Beweis für die Attraktivität dieser Veranstaltung.

Nächstes Jahr wird nur einige zehn Kilometer entfernt ein weiteres Fest für den Käse stattfinden. Alle Käsesorten der Schweiz werden sich in der Produktionszone des Gruyère AOC treffen. Neuenburg wird die siebte Auflage des Swiss Cheese Awards vom 30. September bis 3. Oktober 2010 durchführen.



### Die Diplomierten der Bergolympiade:

- Jean-Daniel Perren, Chesalles-sur-Oron
- Jean-Marie Dunand, Crêt-près-Semsaies
- Kurt Keusen, Belp
- Didier Germain, Ponts-de-Martel
- Hanspeter Wälchli, Lignières
- Pierre Reist, Nods
- Pierre Buchillier, Les Moulins
- Yvan Aeby, Oberschrot
- Cédric Vuille, La Brévine
- Christophe Esseiva, Vaulruz
- Yvan und Pierre Brodard, Treyvaux
- Simon Renaud, Gimel
- Jacques Murith, Gruyères
- Vincent Tyrode, L'Auberson

- Dem Gruyère AOC der Familie Benoît und René Kolly, Le Mouret, affiniert durch Emmi Kaltbach wurde die Ehrenmeldung „Very Highly Commended“ verliehen.
- Dem Gruyère AOC Bio von Herr J.-P. Furrer, Les Reussilles, affiniert durch EMMI wurde eine Silbermedaille in der Kategorie Gruyère AOC Bio verliehen.

**Käsewettbewerb in Courtemelon**  
Anlässlich des Käsewettbewerbes vom 23. September 2009 in Courtemelon, wurden folgende Käser ausgezeichnet:

Resultate für Gruyère AOC:

**Silbermedaillen erreichten:**

- Herr Raemy Jérôme, Autigny
- Herr Rohrbach Daniel, Emmi Käse AG
- Herr Hunkeler Erich, Sommentier.

**Bronzemedaillen erreichten:**

- Herr Vuille Eric, La Brévine
- Herr Tyrode Vincent, L'Auberson für seinen halb-gesalzenen Berg-Gruyère AOC,
- Herr Geinoz Philippe, Käserei Bémont, Le Brouillet
- Herr Nicolet Jean Marc, Les Verrières
- Herr Kälin Christian, Le Noirmont.

**World Cheese Award 2009**

Vom 1. bis zum 3. Oktober 2009 fanden in Las Palmas auf den kanarischen Inseln die World Cheese Award statt. Rund 2500 Käse aus 34 Ländern wurden durch 200 Experten taxiert.

**Mit der Goldmedaille wurden beim Gruyère AOC ausgezeichnet:**

- Herr August Ott, Alosen, erhielt 2 Goldmedaillen. Affiniert durch

Lustenberger + Dürst SA

- Herr Adrian Scheidegger, Niedermuhren. Affiniert durch Von Muhlenen AG
- Herr Franz Jungo, Strauss, erhielt 2 Goldmedaillen. Affiniert durch Von Muhlenen AG
- Herr Alexandre Guex, Châtonnaye. Affiniert durch Von Muhlenen AG.

**Mit der Bronzemedaille wurden ausgezeichnet:**

- Herr Markus Sturny, Lanthen. Affiniert durch Von Muhlenen AG
- Herr Alexandre Guex, Châtonnaye. Affiniert durch Von Muhlenen AG
- Herr Serge Grossrieder, Grolley. Affiniert durch Von Muhlenen AG
- Herr Heinz Aebischer, Ballens. Affiniert durch Fromco.

**Olma 2009**

An der 67. Ausstellung für Landwirtschaft und Ernährung vom 08. bis 18. Oktober 2009 in St Gallen waren die beiden italienischen Provinzen Trentin und Tyrol als Ehrengäste geladen. Es wurden folgende Produzenten für ihren Alpgruyère ausgezeichnet:

- **2. Rang:** Herr Philippe Dupasquier, Alp Lithy
- **4. Rang:** Herr Jean-Claude Pittet, Alp Les Amburnex
- **5. Rang:** Herren Gérard Berguer und Christian Viande Alp La Burtignière.

Diese Wettbewerbsresultate sind Anerkennung für eine generell ausgezeichnete Qualität des Gruyère AOC und für die Arbeit der ganzen Sortenorganisation.

## ANDERE WETTBEWERBE

**Käsewettbewerb von Nantwich**

Während des Käsewettbewerbes von Nantwich (Grossbritannien), vom 28. und 29. Juli, an dem Käse aus der ganzen Welt vertreten waren, erreichte der Gruyère AOC verschiedene Auszeichnungen:

- Dem Gruyère AOC von Herr Guex, Chatonnaye, affiniert durch die Handelsfirma von Mühlenen, Düdingen, wurde die Goldmedaille mit der Auszeichnung „Suprême Champion“ verliehen. Herr Guex wurde damit eine von nur drei „Suprême Champion“ Auszeichnungen der Veranstaltung zuerkannt.



[www.gruyere.com](http://www.gruyere.com)

Le Gruyère AOC La Vraie Nature, ça Calme !

## Campagne de publicité et de promotion efficace auprès des jeunes

L'Interprofession du Gruyère a décidé cette année de frapper un grand coup auprès des jeunes et de retener leur attention en utilisant leurs moyens de communication : Internet, le journal gratuit 20 minutes, l'iPhone et le cinéma. L'IPG a mandaté l'agence de communication Art Com de Lausanne pour créer une série de petits films publicitaires drôles et décalés. Une manière de prendre le contre-pied de la morosité économique en misant sur la légèreté et l'humour et d'atteindre un public jeune et actif, soucieux de retrouver de vraies valeurs.

La campagne de promotion du Gruyère AOC, orchestrée par l'agence Mediaedge:cia et l'agence de communication ART COM, a été lancée en deux temps pour provoquer la curiosité des internautes : entre le 7 et le 11 mai, les lecteurs de 20 minutes et les internautes sont invités à se rendre sur le

site [www.ca-calme.com](http://www.ca-calme.com). Ils y découvrent des extraits de quelques spots drôles et décalés. Ils ne peuvent que rire et se détendre en observant les personnages complètement excités des différents films. Ces extraits se terminent par la phrase clé de cette campagne : «La Vraie Nature, ça Calme !». Mais dans cette phase 1, il n'est pas fait mention du Gruyère AOC. Ce procédé publicitaire, appelé teasing, ne donne dans un premier temps qu'une partie de l'information. Il se veut suffisamment accrocheur pour donner envie de connaître la suite.

Dès le 12 mai, c'est la phase 2 : les internautes peuvent visionner les films dans leur intégralité, et s'amuser en voyant ces mêmes personnages retrouver un calme intérieur après avoir dégusté un morceau de Gruyère AOC. Que ce soit le sportif adepte de l'extrême, l'écologiste bourgeoise et exaltée, la joggeuse déchaînée, le D.J. surexcité, le futur manager

fougueux, tous deviennent sensibles aux vraies valeurs fondamentales. Ils s'assèment, l'air heureux, en retrouvant les saveurs de notre fromage à pâte dure, authentique et issu de notre terroir.

Fin octobre et début novembre, trois autres petits films, toujours aussi drôles et décalés, sont venus compléter le site créé dans les trois langues nationales pour cette campagne de promotion. De quoi relancer l'attention des jeunes et leur donner l'envie de savourer du Gruyère AOC. Tous ces films promotionnels peuvent être téléchargés sur Internet, podcastés sur iPhone et transférés à des amis par mail.

En outre, après avoir visionné les films, les internautes ont pu participer à deux concours et gagner un prix attrayant, comme un vélo Flyer, un MacBook, des skis Stöckli ou des iPod.

### Publicité dans 20 minutes

Pour attirer l'attention des jeunes et leur



**Le Gruyère aoc!  
La vraie  
NATURE  
ça calme...**

donner encore davantage envie d'aller sur le site [www.ca-calme.com](http://www.ca-calme.com), l'IPG a développé un partenariat avec le journal gratuit 20 minutes et le 20 minutes on line. Durant une semaine, les lecteurs et les internautes de 20 minutes ont pu observer une image énigmatique, sans savoir qu'il s'agissait d'une publicité. Puis, dans un deuxième temps, ils ont découvert l'information essentielle : le Gruyère AOC apporte le calme grâce à son authenticité et ses qualités gustatives.

Cette campagne a connu un énorme succès. Pas loin de 10'000 personnes ont participé au concours lancé à l'occasion de la première phase de la campagne.

De plus, c'est par dizaines de milliers que les lecteurs se sont rendus sur le site de 20 minutes on line pour cliquer sur la rubrique ca-calme. L'intérêt que les jeunes portent à notre produit est donc très élevé. Et il est judicieux de leur dire, à eux qui sont tout particulièrement fragilisés par cette période économique difficile : la vraie nature – celle que le Gruyère AOC propose – ça calme !

**La Série**  
ÉPISE 4  
**ça calme!**  
AUJOURD'HUI SUR TOUS VOS ÉCRANS  
**Ca-calme.com**  
**3 MAC BOOKS à gagner!**

**à gagner**  
1.000 CHF  
POUR TOUT SAVOIR SUR LE GRUYÈRE AOC  
JANVIER

#### Publicité à la TV et au cinéma

Si la campagne publicitaire du Gruyère AOC s'est déclinée cette année sur un mode jeune, les canaux traditionnels n'ont pas été négligés pour autant.

Ainsi pour renforcer plus largement encore le message, des pubs TV ont accroché l'attention des téléspectateurs durant une semaine sur les trois chaînes nationales, en prime time.

Un spot spécifique a également été diffusé dans les cinémas avant la projection de films à grand succès : Ange et démons, Terminator salvation, This is it, 2012, Twilight 2, sans oublier Avatar sorti ces derniers jours ! Un spot qui aura donc été vu par des centaines de milliers de personnes !



[www.ca-calme.com](http://www.ca-calme.com)  
[www.das-beruhigt.com](http://www.das-beruhigt.com)  
[www.ti-calma.com](http://www.ti-calma.com)



[www.gruyere.com](http://www.gruyere.com)

Gruyère AOC - von Natur aus beruhigend!

## Wirksame Verkaufsförderungs- und Werbekampagne bei Jugendlichen

Die Sortenorganisation Gruyère hat dieses Jahr beschlossen, bei den Jugendlichen einen grossen Coup zu landen. Um die Aufmerksamkeit auf uns zu lenken, haben wir ihre Kommunikationsmittel wie: Internet, das Gratisjournal 20 Minuten, das Iphon und das Kino genutzt. Die IPG hat die Kommunikationsagentur Art-Com in Lausanne beauftragt, eine Serie von kurzen, lustigen Werbefilmen zu drehen. Die Massnahmen zielen darauf ab, den aktuellen Missmut aus der Wirtschaft zu überwinden, um mit Leichtigkeit und Humor ein junges, aktives Publikum zu erreichen, das grundlegende Werte sucht.

Die nationale Promotionskampagne von Gruyère AOC, geleitet durch die Agenturen Mediaedge:cia und Art Com, wurde in zwei Schritten lanciert, um die Neugier der Websurfer anzustacheln: Zwischen dem 7. und 11. Mai wurden die Leser von 20 Minuten und die Websurfer eingeladen, sich [www.das-beruhigt.com](http://www.das-beruhigt.com)

aufzuschalten. Dabei entdecken sie einige Auszüge von lustigen Werbespots. Beim Betrachten der komplett aufgelösten Personen der verschiedenen Filmsequenzen kann man nur lachen oder sich entspannen. Diese Filmauszüge schliessen mit dem Schlüsselsatz der Kampagne: „Von Natur aus beruhigend!“ Aber in Teil eins wird der Gruyère AOC nicht erwähnt. Dieses „teasing“ genannte Vorgehen, enthält in einer ersten Phase nur einen Teil der Botschaft. Die Aussage muss aber genügend wirksam sein, um Lust auf Nachfolgendes zu wecken.

Ab dem 12. Mai folgte Teil zwei: Die Websurfer können nun die Filme vollumfänglich ansehen und sich amüsieren, wenn sie sehen, wie dieselben Personen ihre innere Ruhe finden, nachdem sie ein Stück Gruyère genossen haben. Sei es der aktive Sportler; die extreme, überschwängliche Oekologieanhängerin; die vollständig entfesselte

Joggerin; der überspannte D.J oder der künftige, draufgängerische Manager; alle werden sie sensibel für die wahren, fundamentalen Werte. Sie setzen sich hin und werden glücklich beim Essen unseres echten, authentischen, aus unserer einheimischen Produktion hervorgegangenen Hartkäse.

Ende Oktober und anfangs November sind drei weitere, ebenso lustige Filme in den drei Landessprachen zur Werbekampagne gestossen. So wird die Aufmerksamkeit der Jugendlichen, zum Gruyère AOC zu greifen, neu lanciert. Alle diese Werbefilme können ab Internet geladen, als iPod zusammengestellt und an Freunde per E-mail gesandt werden.

Des weitern konnten die Internetsurfer nach dem Betrachten der Filme an zwei Wettbewerben mit attraktiven Preisen teilnehmen, an denen es ein Fahrrad „Flyer“, ein MacBook, Stöckli-Skis oder iPod, zu gewinnen gab.





**Le Gruyère aoc!  
Von Natur aus  
Beruhigend**



sie die Hauptinformation: der Gruyère AOC bringt Dir Ruhe, dank seiner Authentizität, seiner Echtheit und seinen geschmacklichen Qualitäten.



**Werbung am Fernsehen und im Kino**

Wenn sich auch die Werbekampagne des Gruyère AOC dieses Jahr vor allem an die Jungen gerichtet hat, wurden die traditionellen Kanäle nicht vernachlässigt. Um die Werbung noch nachhaltiger zu machen, wurden die Spots am TV während einer Woche in den drei Landessprachen zur Hauptsendezeit angesetzt. Ein spezieller Werbespot wurde in den Kinos vor der Projektion von erfolgreichen Filmen, wie: Engel und Dämonen, Terminator salvation, This is it, 2012, Twilight 2 und dem erst in den letzten Tagen in die Kinos gekommenen Film, Avatar, gezeigt. Diesen Spot haben demnach Hunderttausende gesehen.

[www.ca-calme.com](http://www.ca-calme.com)

[www.das-beruhigt.com](http://www.das-beruhigt.com)

[www.ti-calma.com](http://www.ti-calma.com)



**Werbung in 20 Minuten**

Um die Aufmerksamkeit der Jungen zu wecken und noch mehr Anreiz für das Aufschalten der Website [www.das-beruhigt.com](http://www.das-beruhigt.com) zu geben, ist die Sortenorganisation mit dem Gratisblatt 20 Minuten und 20 Minuten online eine Partnerschaft eingegangen. Während einer Woche konnten die Leser und die Websurfer ein rätselhaftes Bild betrachten, ohne zu wissen, dass es sich dabei um Werbung handelte. Alsdann, in einem zweiten Schritt entdeckten

Dieser Kampagne war ein voller Erfolg beschieden. Beinahe 10'000 Personen nahmen an dem in Phase eins ausgeschriebenem Wettbewerb teil. Des weitern schalteten zu Zehntausenden die Leser die Site von 20 Minuten online auf, um auf die Rubrik „das beruhigt“ zu klicken. Das Interesse, das die Jungen unserem Produkt entgegen bringen, ist sehr hoch. Es ist deshalb auch richtig, wenn wir ihnen als den von der wirtschaftlichen Entwicklung hauptsächlich Betroffenen zurufen: „Gruyère AOC – von Natur aus beruhigend!“



## Le Gruyère AOC soutient la jeunesse qui fonce!

«Pour cette finale Mille Gruyère des filles de 14 ans, nous saluons la participation de 25 concurrentes! En piste, Mesdemoiselles. Attention au départ...» Tout au long de ce premier dimanche d'automne chaud et ensoleillé, le stade de la Blancherie à Delémont a résonné de tels propos. Un stade bien équipé, des concurrent-e-s très motivé-e-s, un speaker professionnel et la présence visuelle et auditive du Gruyère AOC. Pas de doute, la fête fut belle dans la capitale jurassienne en ce 27 septembre.

Mille Gruyère, c'est un projet jeunesse lancé en 2008 par Swiss Athletics pour promouvoir la course à pied auprès des jeunes de 10 à 15 ans. Un projet que le Gruyère AOC a décidé de soutenir activement, d'abord parce que le but poursuivi est noble soit faire courir la jeunesse, ne faisant pas toujours partie de l'élite. De plus, une telle manifestation

se marie avec l'image que notre fromage veut donner de lui-même. Elle peut se résumer par cette équation: jeunesse, sport et vie active = Gruyère AOC.

### 13 épreuves dans toute la Suisse

Mille Gruyère est ouvert aux enfants et adolescents jusqu'à 15 ans. Les garçons d'un côté et les filles de l'autre s'affrontent par catégorie d'âge sur 1'000 mètres. 12 épreuves de qualification sont organisées durant l'année à travers toute la Suisse. Les concurrents s'inscrivent librement qu'ils soient affiliés à un club d'athlétisme ou non. Les meilleurs de chaque catégorie sont qualifiés pour la finale.

Cette année, cela représentait 300 enfants et adolescents. En tout, ce sont plusieurs centaines de jeunes qui ont participé cette année au Mille Gruyère. «La présence du Gruyère AOC en tant que sponsor titre est intéressante, note

Laure Rousseau du service marketing de l'IPG: notre présence est excellente dans le stade. Et puis, être sponsor titre donne une aura supplémentaire à une marque».

### Une visibilité extraordinaire

Il est vrai qu'à Delémont, le Gruyère AOC brillait de tous ses feux avec deux arches (au départ et à l'arrivée), des banderoles, des pop-up et des beach flags, sans oublier les tables de la buvette protégées par des nappes «Gruyère AOC».

Le soutien à ces épreuves organisées par Swiss Athletics revêt un autre avantage : les épreuves de qualification ont lieu dans toute les régions de Suisse, 4 en Suisse romande et 8 en Suisse allemande cette année. C'est donc l'occasion pour notre fromage de renforcer sa présence visuelle dans la partie alémanique du pays.



### Favoriser le mouvement

La participation aux épreuves cette année peut être qualifiée de bonne. La manifestation, cependant, ne connaît sans doute pas encore le succès qu'elle mérite. Mais elle est en train de faire «gentiment et sûrement» son chemin au-delà des clubs d'athlétisme qui ont



déjà adopté ces épreuves. «Nous pouvons avec Swiss Athletics améliorer la communication autour de ce projet afin de motiver un plus large public, relève

Laure Rousseau. Avec une participation encore plus importante, nous aurons atteint pleinement notre but : favoriser le mouvement chez les plus jeunes et nous afficher clairement dans le camp de ceux qui bougent.»



A propos, l'an prochain, si vous avez dans votre entourage des enfants entre 10 et 15 ans, proposez-leur de participer à Mille Gruyère. Dès la fin de l'hiver, les dates des épreuves de qualification se trouveront sur le site : [www.mille-gruyere.ch](http://www.mille-gruyere.ch)

Le Gruyère AOC appuie de nombreuses manifestations sportives. Dans le monde de l'athlétisme en particulier, à part le Mille Gruyère, notre fromage est présent à Athletissima et dans les compétitions internationales.

L'engagement du Gruyère AOC se prolonge au niveau international, en tant que partenaire de l'Association européenne d'athlétisme. Le Gruyère AOC est présent dans toutes les joutes continentales de haut niveau. Avec comme point d'orgue en 2010 les Championnats d'Europe d'Athlétisme de Barcelone à la fin juillet 2010. Une belle opportunité de présence de notre produit sur les chaînes de télévision européennes et sur le stade en Espagne

**LE GRUYÈRE®**  
SWITZERLAND 



## Gruyère AOC unterstützt die laufende Jugend

„Für den Final zur Mille Gruyère der vierzehnjährigen Töchter begrüßen wir 25 Teilnehmerinnen! Achtung, meine Damen, an den Start ...“. Während des ganzen ersten sommerlich warmen Herbstsonntages hörte man im Stadion Blancherie in Delémont solche Aufrufe. Ein gut eingerichtetes Stadion, motivierte Konkurrenten/innen, ein professioneller Speaker und die auffallende Präsenz von Gruyère AOC. Ein schönes Fest an diesem 27. September im jurassischen Hauptort.

Im Jahre 2008 wurde die Mille Gruyère als Projekt zur Förderung des Laufens bei unseren Jugendlichen von 10 bis 15 Jahren durch Swiss Athletics eingeführt. Gruyère AOC hat sich entschlossen, dieses Projekt aktiv zu unterstützen. Erstens, weil das verfolgte Ziel, die Jugend zum Laufen zu bringen, bisher nicht immer allen genehm war, und zweitens, weil eine

solche Veranstaltung mit dem Erscheinungsbild des Gruyère komplett übereinstimmt. Zusammengefasst könnte man sagen: Jugend, Sport und aktives Leben vereinigen sich mit Gruyère AOC.

### Dreizehn Veranstaltungen in der ganzen Schweiz

Die Teilnahme an der Mille Gruyère steht allen Kindern und Jugendlichen bis 15 Jahre offen. Die Burschen einerseits und die Mädchen andererseits treten in Alterskategorien gegeneinander an. Zwölf Qualifikationsausscheidungen werden im Laufe eines Jahres in der Schweiz organisiert. Die Konkurrenten können sich frei einschreiben, unbesehen ob sie einem Athletik-Club angehören oder nicht. Die besten der Ausscheidungen sind für den Final qualifiziert, was dieses Jahr etwa 300 Kindern und Jugendlichen entsprach. Mehrere hundert Jugendliche beteiligten sich an

der Mille Gruyère. „Die Beteiligung von Gruyère AOC als Titelsponsor ist interessant“, erklärt Laure Rousseau vom Marketing-Service der IPG. „Unsere Präsenz in den Stadien ist ausgezeichnet, denn Titelsponsor zu sein, verleiht dem beworbenen Produkt eine ganz spezielle Ausstrahlung.“



### Sehr hohe Präsenz

In Delémont war der Gruyère AOC mit zwei Bögen an Start und Ziel mit Wer-



bebändern, pop-ups und beach-flags sowie den mit Papier „Gruyère AOC“ überdeckten Tischen am Getränke-Ausschank auf Schritt und Tritt präsent. Die Unterstützung dieser durch Swiss Athletics organisierten Anlässe bieten noch einen weiteren Vorteil, denn die Qualifikations-Wettkämpfe finden in der ganzen Schweiz statt: Vier in der Westschweiz, acht in der deutschen Schweiz. Es ist somit eine Gelegenheit, den Bekanntheits-

grad des Gruyère AOC auch in der Deutschschweiz zu erhöhen.

#### Die Bewegung fördern

Die Teilnahme an den Wettkämpfen darf dieses Jahr als gut bezeichnet werden. Die Veranstaltung hingegen, kennt noch nicht den Erfolg, den sie eigentlich verdienen würde, aber „langsam, dafür sicher“ erhöht sie auch den Bekanntheitsgrad über die Athletik-Clubs hinaus. „Mit Swiss Athletics können wir die Kommunikation für dieses Projekt verbessern, um ein erweitertes Publikum zu motivieren“, erklärt Laure Rousseau. „Mit einer noch höheren Beteiligung hätten wir bei weitem unser Ziel erreicht: Einerseits das Laufen bei den Jugendlichen zu fördern und, andererseits, unseren Namen unter denen, die sich bewegen, zu platzieren.“

Sollten Sie in ihrem Bekanntenkreis Kinder zwischen 10 und 15 Jahren kennen, ermuntern Sie diese, nächstes Jahr teilzunehmen. Ab dem Winterquartal finden Sie die Daten für die Qualifikations-Wettkämpfe auf site [www.mille-gruyere.ch](http://www.mille-gruyere.ch).

Gruyère AOC unterstützt zahlreiche Sportveranstaltungen. Vor allem im Kreise der Leichtathletik ist unser Käse ausser der Mille Gruyère anlässlich der Athletissima und an den internationalen Wettkämpfen präsent.



Das Engagement erweitert sich als Partner des Europäischen Leichtathletikverbandes auf internationalem Gebiet. Gruyère AOC wird bei allen wichtigen kontinentalen Wettkämpfen dabei sein. Hauptevent werden im 2010 die Europameisterschaften der Leichtathleten Ende Juli in Barcelona sein. Dies bietet Gelegenheit, mit Gruyère AOC auf den Sendern der Europäischen Fernsehanstalten und im spanischen Gross-Stadion präsent zu sein.



## Soirée fondue sur le lac des Quatre-Cantons

Depuis une vingtaine d'années, la Compagnie de navigation du lac des Quatre-Cantons offre régulièrement à ses passagers la possibilité de déguster la fondue sur l'un de ses bateaux. En 2006, la société Tavolago a pris la responsabilité de la restauration sur les bateaux de la compagnie. Depuis cette date, elle propose le vendredi soir durant toute la saison froide une croisière à bord de son «Fondue-Schiff», en l'occurrence le MS Waldstätter. Un petit tour en Suisse primitive vous tente ? L'IPG et Tavolago vous offrent un bon de réduction sur la soirée. En attendant, et pour vous mettre l'eau à la bouche, reportage.

18 h 45, les premiers passagers montent à bord du MS Waldstätter. Le personnel les accueille d'un sourire très agréable. Les convives sont accompagnés jusqu'à leur table joliment décorée aux couleurs du Gruyère AOC. A la cuisine, située dans la cale, on s'affaire. Ce soir, 80 personnes se sont annoncées pour manger la fondue moitié-moitié. Parfois, il y en a 120, voire 160. Le chef commence à

brasser les 20 kg de mélange proposés par la fromagerie Moléson SA. Cela fait un an que la fromagerie d'Orsonnens livre sa préparation à Tavolago. Moritz Kuhnel, membre de la direction de la société lucernoise, se dit très satisfait de cette collaboration. «Nous voulions un produit de qualité et une entreprise capable de nous livrer le mélange de façon régulière. L'objectif est pleinement atteint !»

Pendant ce temps, à l'étage, les deux salles à manger se sont remplies. Nous nous installons. A proximité de nous, plusieurs tables sont occupées par les convives d'un mariage civil. L'ambiance est bon enfant. Les haut-parleurs diffusent de la musique traditionnelle.

A l'entrée de la salle, le capitaine, accompagné de ses adjoints, prend un micro pour saluer les passagers et leur souhaiter une belle croisière à bord du «Fondueschiff».

Trois minutes plus tard, les moteurs sont enclenchés et le bateau quitte l'embarcadère. A travers les fenêtres du

bateau, les chaudes lumières de la ville de Lucerne s'imposent dans la nuit. Le spectacle est magnifique.

A bord, le personnel de service commence à allumer les réchauds pour la fondue et les bougies pour ceux qui ont choisi de manger de la raclette. L'ambiance devient réellement «heimelig».

«C'est comme ça tous les vendredis soir d'octobre à fin mars», explique Anita Villiger, responsable du marketing de Tavolago. «L'an dernier, près de 5'000 personnes ont mangé sur le «Fondue-Schiff». Et chaque année, le succès est au rendez-vous.

La journée phare sur le lac des Quatre-Cantons pour le Gruyère AOC, c'est le premier vendredi de décembre. Quatre bateaux proposent la fondue moitié-moitié. Ce soir-là, 600 à 700 personnes s'inscrivent pour cette croisière qui les emmène à la «Küssnacht Klausjagen», la plus impressionnante coutume de St-Nicolas en Europe.

Soudain, la fondue arrive dans les beaux caquelons jaunes du Gruyère



## Renseignements pratiques

L'IPG et Tavolago vous offrent un bon de réduction de CHF 10.- pour la fondue, à découper ci-dessous et à présenter au moment de votre arrivée sur le bateau.

Le «Fondue-Schiff» quitte le port de Lucerne tous les vendredis soir de fin octobre à fin mars, 25 décembre et 1er janvier excepté. Départ à 19h12.

Réservation obligatoire jusqu'à 15 h 00 au plus tard au **041 367 67 67** ou par mail : [reservation@lakelucerne.ch](mailto:reservation@lakelucerne.ch), en précisant combien de personnes mangeront la fondue et combien mangeront la raclette.

Renseignements complémentaires sur le site [www.lakelucerne.ch](http://www.lakelucerne.ch) (en allemand et en anglais).

AOC. «L'Interprofession fournit les caquelons et le matériel de décoration des tables, précise Laure Rousseau, du marketing de l'IPG. Le logo apparaît ainsi dans toute la promotion liée aux bateaux fondue. Nous assurons ainsi une présence image dans un cadre de qualité, en Suisse centrale, où nous sommes relativement moins connus.»

Nous passons à la dégustation de la fondue. Le fumet du fromage est parfait, le mélange onctueux.

Aux tables voisines, le moment de partage bat également son plein. Les discussions vont bon train. Dehors, le bateau s'arrête à Weggis, pour une courte halte où personne ne descend. La soirée est décidément fort agréable.

21 h 25. Retour à Lucerne. La croisière s'achève. Curieusement, rares sont les convives qui se lèvent tout de suite. Visiblement, ils ont envie de poursuivre leur conversation autour de leur thé ou de leur café. Finalement, il est presque

22 h 00 lorsque nous nous décidons à descendre du MS Waldstätter pour la petite balade qui nous ramène à notre voiture. Notre escapade en Suisse centrale n'aura duré que quelques heures, mais assurément le souvenir restera excellent !



# Bon cadeau 10.- frs

sur une fondue moitié-moitié



Valable pour une personne, d'une valeur de 10.- frs pour une fondue moitié-moitié à discrétion au prix de 18,50.- frs au lieu de 28,50.- frs. Ce bon est valable du vendredi 1<sup>er</sup> janvier au vendredi 19 mars 2010, et ne peut être utilisé que sur le Fondue-Schiff, sur le Lac des Quatre-Cantons à Lucerne.

Le bateau part tous les vendredis soir à 19h12, Brücke 1 à Lucerne. Retour à 21h45. Réservation par téléphone obligatoire au 041 367 67 67 (jusqu'à 15h00).

Bon émis par :

**LE GRUYÈRE®**  
SWITZERLAND



[www.gruyere.com](http://www.gruyere.com)

Merci de présenter ce bon au personnel de service directement sur le bateau.

Votre nom

-----

Votre prénom

-----

Visa (date et signature) :

-----

A remplir par Tavolago SA



## Fondue-Abend auf dem Vierwaldstättersee

Seit rund 20 Jahren offeriert die Schifffahrts-Gesellschaft des Vierwaldstättersees ihren Passagieren regelmässig die Möglichkeit, auf einem ihrer Schiffe Fondue zu geniessen. 2006 hat die Gesellschaft „Tavolago“ die Verantwortung für die Bewirtung auf den Schiffen übernommen. Seit diesem Datum, offeriert sie während der kalten Jahreszeit jeden Freitag Abend eine Kreuz-

fahrt auf ihrem „Fondue-Schiff“; in diesem Fall der MS Waldstätter. Reizt Sie ein kleiner Abstecher in die Urschweiz? Die IPG und Tavolago schenken Ihnen einen Bon von Fr. 10. – als Vergünstigung pro Besuch.

### Reportage:

Es ist 18.45 Uhr, die ersten Passagiere steigen an Bord der MS Waldstätter, wo sie vom Personal herzlich emp-

fangen und an ihre Tische geleitet werden. Diese sind mit den Farben des Gruyère AOC hübsch dekoriert. In der im Laderaum untergebrachten Küche wird bereits gearbeitet und das Fondue moitié-moitié zubereitet. Heute Abend sind 80 Personen an Bord. Es kann aber auch vorkommen, dass es 120 bis 160 sind. Seit einem Jahr ist die Moléson AG, Orsonnens, Lieferantin der Fondue-Mischung.



Spezialitäten mit Ursprungsgarantie

# Gutschein 10.-

## Fondue Moitié Moitié



Gutschein für 1 Person im Wert von CHF 10.- für eine Portion Fondue Moitié Moitié à discrétion zum Preis von CHF 18.50 statt CHF 28.50.

Dieser Gutschein ist gültig vom Freitag 1. Januar 2010 bis Freitag 19. März 2010, und kann nur auf dem Fondue-Schiff auf dem Vierwaldstättersee eingelöst werden.

Das Schiff fährt jeweils Freitags um 19.12 Uhr, Brücke 1 in Luzern ab, Rückkehr 21.45 Uhr, Telefonische Vorreservation obligatorisch : Telefon 041 367 67 67

Ausgestellt durch :



[www.gruyere.com](http://www.gruyere.com)

Bitte Gutschein dem Servicemitarbeitenden abgeben. Danke.

Ihr Name

-----

Ihr Vorname

-----

Eingelöst (Datum/Visum) :

-----

Auszufüllen durch Tavolago AG





Moritz Kuhnel, Direktionsmitglied des Luzerner Unternehmens, zeigt sich zufrieden mit dieser Zusammenarbeit. „Wir wollten ein Qualitätsprodukt und suchten ein Unternehmen, das uns regelmässig beliefern kann. Diese Voraussetzungen werden vollständig erfüllt.“



In der Zwischenzeit hat sich das Deck mit den beiden Esssälen gefüllt. Auch wir machen es uns bequem. Mehrere Nachbarstische sind mit Gästen einer Hochzeitsgesellschaft besetzt. Die Stimmung ist angenehm. Aus den Lautsprechern ertönt volkstümliche Musik.

Am Eingang zum Esssaal erscheint der Kapitän mit seiner Crew. Er begrüsst die Passagiere und wünscht eine schöne Kreuzfahrt an Bord des Fondue-Schiffes. Drei Minuten später springen die Motoren an, und das Schiff verlässt die Anlegestelle. Durch die Fenster sehen wir, wie die Lichter der Stadt Luzern den Himmel erleuchten; ein wunderschöner Anblick.

An Bord beginnt das Personal die Rechauds vorzubereiten und die Kerzen anzuzünden, was eine echt heimelige Stimmung bewirkt. „So geht es jeden Freitag Abend von Oktober bis Ende März zu“ erklärt Anita Villiger, Verantwortliche für das Marketing von Tavolago. „Letztes Jahr verpflegten wir mehr als 5'000 Personen auf dem Fondue-Schiff. Es ist ein andauernder Erfolg.“ Der für den Gruyère AOC wichtigste Tag auf dem Vierwaldstättersee ist jeweils der erste Freitag des Monats Dezember. „An dem, dem Nikolaus-Tag nächstgelegenen Freitag sind es vier Schiffe, die Fondue anbieten. Es ist zur Tradition geworden, denn mehr als 600 bis 700 Personen lassen sich jeweils durch die Schiffe ans Küssnacht „Klausjagen“, einen der eindrucksvollsten St. Nikolaus-Bräuche in ganz Europa, bringen.“

Plötzlich werden die schönen Caquelons, die in den gelben Farben des Gruyère AOC gehaltenen sind, aufgetragen. „Die Sortenorganisation Gruyère stellt die Caquelons und das Dekorationsmaterial für die Tische zur Verfügung“, erklärt Laure Rousseau vom Marketing der IPG. „Damit erscheint unser Logo bei allen mit den Fondue-Schiffen verbundenen Promotions-Massnahmen und wir sichern uns damit die Präsenz in einem gehobenen Qualitätsbereich in der Zentralschweiz. Wir beginnen, das Fondue, das einen wunderbaren Duft verströmt und sämig erscheint, zu geniessen.“

Auch an den Nachbarstischen findet das Fondue regen Zuspruch. Es wird

eifrig diskutiert. Draussen, legt das Schiff für einen kurzen Halt in Weggis an, wobei niemand von Bord geht. Es ist wirklich ein sehr gemütlicher Abend.

Um 21.25 Uhr legen wir wieder in Luzern an und der Ausflug neigt sich dem Ende zu. Die meisten Gäste bleiben noch etwas sitzen, um angefangene Gespräche bei einem Tee oder Kaffee zu beenden und den Abend gemütlich ausklingen zu lassen. Schliesslich ist es 22.00 Uhr, bis auch wir uns entschliessen, die MS Waldstätter zu verlassen. Unser Ausflug in die Zentralschweiz hat nur einige Stunden gedauert, aber die Erinnerung daran wird sehr lange anhalten.

### Praktische Auskünfte

Die Sortenorganisation Gruyère und Tavolago offerieren Ihnen einen Bon im Werte von CHF 10. – für ein Fondue. Wir ersuchen Sie, vorstehenden Bon auszuschneiden und diesen bei der Ankunft auf dem Schiff vorzuzeigen.

Das Fondue-Schiff verlässt den Hafen Luzern jeden Freitag Abend von Ende Oktober bis Ende März, ausgenommen am 25. Dezember und am 1. Januar, jeweils um 19.12 Uhr. Die Reservation ist obligatorisch und hat spätestens bis 15.00 Uhr zu erfolgen unter Tel.-Nr. 041 367 67 67 oder per e-mail [reservation@lakeluzern.ch](mailto:reservation@lakeluzern.ch) unter Angabe der Personen, die Fondue und der Personen, die Raclette essen.

Zusätzliche Auskünfte sind erhältlich auf Site: [www.lakeluzern.ch](http://www.lakeluzern.ch) (auf deutsch und englisch)



# Agenda 2010

Ces prochains mois, le Gruyère AOC sera très présent sur la scène sportive et dans des expositions. Reflets de quelques temps forts qui se dérouleront en Suisse et à l'étranger.

Durant toute la saison d'hiver

- **Le HC Gottéron** affiche les couleurs du Gruyère AOC sur son maillot et autour de la glace.  
[www.gotteron.ch](http://www.gotteron.ch)

- **IGLU Dorf**  
une formule originale : fondue et nuit dans un hôtel aménagé dans un igloo.  
[www.iglu-dorf.com](http://www.iglu-dorf.com)

De janvier à mars

- **Raquette Aventure**  
12 étapes en Suisse romande et en Suisse allemande. Le principe de ces manifestations soutenues par le Gruyère AOC : une balade en raquettes et une fondue moitié-moitié à l'arrivée pour la somme de fr. 30.-  
[www.raquette-aventure.ch](http://www.raquette-aventure.ch)

- **Rivella Giant xtour by Dakine**  
2010 : 20 et 21 janvier Crans-Montana, 27 et 30 janvier Grimentz, 3 et 4 février Lenk, 17 et 18 février Flumserberg, 24 et 25 février Melchese-Frutt, 10, 11 et 13 mars Leysin.  
[www.giantxtour.ch](http://www.giantxtour.ch)

Du 9 au 10 janvier 2010

- **Ski : Coupe du monde hommes** à Adelboden, slalom géant et

slalom spécial. Les meilleurs skieurs au monde se retrouveront sur le légendaire Chuenisbärgli. Ces épreuves attirent plus de 30'000 spectateurs.

[www.weltcup-adelboden.ch](http://www.weltcup-adelboden.ch)

Du 29 au 31 janvier 2010

- **Ski : Coupe du monde femmes**  
Ski alpin à St-Moritz. Au programme Super Combiné, descente et Super-G.  
[www.skiworldcup.stmoritz.ch](http://www.skiworldcup.stmoritz.ch)

Du 27 février au 7 mars

- **Le Salon International de l'Agriculture de Paris**  
le rendez-vous de la diversité et de la richesse de l'agriculture française et internationale. Tous les représentants du monde agricole sont rassemblés dans une ambiance conviviale et festive. Plus de 600'000 visiteurs, plus de 1'000 exposants.

Le 12 mars 2010

- **Nendaz Freeride**  
une compétition de ski et snowboard qui se déroule hors des pistes. C'est la seule étape en Suisse à faire partie du Freeride World Qualifier, tour mondial de qualification pour le Freeride World Tour. [www.nendazfreeride.ch](http://www.nendazfreeride.ch)

Du 27 mars au 6 avril 2010

- **La Foire internationale de Lyon**  
1'100 exposants sur une surface d'exposition de 100'000 m<sup>2</sup>. C'est un lieu de découverte, de culture, de bien-être et de bonnes affaires.

Du 23 avril au 2 mai 2010

- **La Luga à Lucerne**  
la grande foire d'exposition de Suisse centrale.

Du 27 avril au 2 mai 2010

- **Le Tour de Romandie**  
Les villes-étapes sont les suivantes:

- 27.04. Prologue :  
Porrentruy – Porrentruy
  - 28.04. Porrentruy – Fleurier
  - 29.04. Fribourg – Fribourg
  - 30.04. Contre la montre :  
Moudon
  - 01.05. Vevey – Chatel (F)
  - 02.05. Sion – Sion
- [www.tourderomandie.ch](http://www.tourderomandie.ch)

Le 8 mai 2010

- **Le dixième anniversaire de la Maison du Gruyère**
- **Inauguration du nouveau chalet de la Confrérie du Gruyère.**  
Les détails à la page 15, dans l'article intitulé «1969-2009, les 40 ans de la fromagerie de démonstration»

De mai à septembre 2010

- **Mille Gruyère**  
course de 1'000 mètres pour les enfants jusqu'à 15 ans, avec les finales régionales.  
[www.mille-gruyere.ch](http://www.mille-gruyere.ch)

Du 30 avril au 9 mai 2010

- **La BEA à Berne**  
la grande foire du printemps de l'Espace Mittelland. C'est une plate-forme idéale pour fidéliser les consommateurs et en acquérir de nouveaux.

Du 12 au 20 juin 2010

- **Le Tour de Suisse.**  
Les villes-étapes sont les suivantes :

- 12.06. Lugano – Lugano
  - 13.06. Ascona – Sierre
  - 14.06. Sierre – Schwarzenburg
  - 15.06. Schwarzenbourg – Wettingen
  - 16.06. Wettingen – Frutigen
  - 17.06. Meiringen – La Punt
  - 18.06. Savognin – Wetzikon
  - 19.06. Wetzikon – Liestal
  - 20.06. Liestal – Liestal
- [www.tourdesuisse.ch](http://www.tourdesuisse.ch)

Du 18 au 20 juin 2010

- **SPAR European Team Championships**  
Bergen, Norvège.

## Ein Blick in den Kalender

In den nächsten Monaten wird der Gruyère AOC an Sportveranstaltungen und Ausstellungen sehr präsent sein. Die wichtigsten Details zum Programm:

Während der ganzen Winter-Saison:

- **Der HC Gottéron** wirbt auf dem Dress und im Stadion in den Farben des Gruyère AOC.  
[www.gotteron.ch](http://www.gotteron.ch)
- **IGLU Dorf**  
Eine originelle Idee: Fondue und Uebernachtung in einem im Iglu eingerichteten Hotelzimmer.  
[www.iglu-dorf.com](http://www.iglu-dorf.com)

Von Januar bis März:

- **Schneeschuherlebnis**  
An 12 Orten der Romandie und der deutschen Schweiz. Die durch Gruyère AOC unterstützten Veranstaltungen bieten: Einen Spaziergang mit Schneeschuhen mit anschliessendem Fondue moitié-moitié, Kosten Fr. 30. --.  
[www.raquette-aventure.ch](http://www.raquette-aventure.ch)
- **Rivella Giantxtour** by Dakine  
2010: am 20. und 21. Januar in Crans-Montana; 27. und 30. Januar in Grimontz; 3. und 4. Februar in Lenk; 17. und 18. Februar in Flumserberg; 24. und 25. Februar auf Melchsee-Frutt und 10. 11. und 13. März in Leysin. [www.giantxtour.ch](http://www.giantxtour.ch)

09. und 10. Januar 2010:

- **Weltcup der Männer in Adelboden**  
Riesenslalom und Slalom in Adelboden. Die weltbesten Skirennläufer treffen sich am legendären Chuenisbärgli. Diese Rennen ziehen mehr als 30'000 Zuschauer an.  
[www.weltcup-adelboden.ch](http://www.weltcup-adelboden.ch)

Vom 29. bis 31. Januar 2010:

- **Weltcup der Frauen in St. Moritz**  
Auf dem Programm stehen Super-Kombination, Abfahrt und Super-G.  
[www.skiworldcup.stmoritz.ch](http://www.skiworldcup.stmoritz.ch)

Vom 27. Februar bis 7. März 2010:

- **Der Salon International de**



### **l'Agriculture von Paris**

Das Treffen der ganzen Vielfalt der französischen und internationalen Landwirtschaft. Die Welt der Landwirtschaft mit mehr als 1'000 Ausstellern und über 600'000 Besuchern trifft sich in angenehmer Atmosphäre.

12. März 2010:

- **Nendaz Freeride**  
Ein Snowboard- und Skiwettbewerb, der ausserhalb der Pisten ausgetragen wird. Es ist die einzige in der Schweiz organisierte Etappe der Freeride World Qualifier, der weltweiten Qualifikation für die Freeride World Tour.  
[www.nendazfreeride.ch](http://www.nendazfreeride.ch)

Vom 27. März bis 6. April 2010:

- **Internationale Messe von Lyon**  
Mit 1'100 Ausstellern auf einer Fläche von 100'000 m2. Ein Ort der Entdeckungen für Wohlbefinden, Kultur und interessante Geschäfte.

Vom 23. April bis 2. Mai 2010:

- **LUGA in Luzern**  
Die grosse Ausstellungsmesse der Zentralschweiz.

Vom 27. April bis 2. Mai 2010:

- **Tour de Romandie**  
Etappenplan:

- 27. 04. Prolog  
Porrentruy - Porrentruy
  - 28. 04. Porrentruy - Fleurier
  - 29. 04. Fribourg - Fribourg
  - 30. 04. Zeitfahren Moudon
  - 01. 05. Vevey - Chatel F.
  - 02. 05. Sion - Sion
- [www.tourderomandie.ch](http://www.tourderomandie.ch)

08. Mai 2010:

- **Zehn Jahre Maison du Gruyère**
- Einweihung von Wagen mit Chalet der Gruyère-Bruderschaft: Nähere Einzelheiten erfahren Sie unter Seite 17 im Beitrag „1969 -2009, 40 Jahre Schaukäserei“.

Von Mai bis September 2010:

- **Mille Gruyère**  
Leichtathletik für Kinder bis 15 Jahre mit Austragung der regionalen Finals.

Vom 30. April bis 9. Mai 2010:

- **BEA in Bern**  
Die grosse Frühjahresmesse des Espace Mittellandes. Eine ideale Plattform, um die treue Kundschaft zu treffen und neue Kunden zu gewinnen.

Vom 12. bis 20. Juni 2010:

- **Tour de Suisse**  
Etappenplan:

- 12.06. Lugano - Lugano
  - 13.06. Ascona - Sierre
  - 14.06. Sierre - Schwarzenburg
  - 15.06. Schwarzenburg - Wettingen
  - 16.06. Wettingen - Frutigen
  - 17.06. Meiringen - La Punt
  - 18.06. Savognin - Wetzikon
  - 19.06. Wetzikon - Iestal
  - 20.06. Liestal - Liestal
- [www.tourdesuisse.ch](http://www.tourdesuisse.ch)

Vom 18. bis 20. Juni 2010:

- **SPAR European Team Championships**  
Bergen, Norwegen.



# La fabrication du Gruyère AOC devant 6 millions de téléspectateurs

Le Gruyère AOC a été le fil rouge de la très populaire Musikantenstadl diffusée en direct du centre d'exposition de Forum Fribourg le 23 mai dernier sur TSR1, SF1, ORF, ZDF.

Cette émission était produite comme à l'accoutumée, par la télévision autrichienne à l'intention du public allemand, autrichien et suisse. Pour cette soirée unique, de nombreux artistes ont mis à l'honneur les multiples déclinaisons de la musique folklorique et populaire. C'était la première fois que l'un des shows germanophones les plus célèbres faisait halte en Suisse romande.

L'Interprofession du Gruyère, qui a soutenu la soirée, a monté son chalet dans le décor de l'émission. Les téléspectateurs ont vu Philippe Gremaud de l'IPG et le fromager Adrian Scheidegger de Nidermuren fabriquer du Gruyère AOC. La tâche n'était pas aisée. Il fallait pouvoir calquer les principales phases d'élaboration de notre fromage sur le déroulement de l'émission. «Or, quand on doit décailler, il faut décailler tout de suite, explique Philippe Gremaud. On ne peut pas attendre qu'un chanteur termine sa chanson.»

Décision a donc été prise de filmer les différentes étapes de la fabrication du Gruyère AOC le vendredi après-midi avant la répétition générale et de les diffuser au cours de l'émission. «Avant de commencer, nous avons dû d'abord expliquer comment se faisait notre pâte dure, afin que le réalisateur et les cameramen puissent s'organiser, puis nous avons pu passer à la fabrication proprement dite! Finalement, pour l'émission du samedi soir, nous avons fait du Gruyère AOC vendredi après-midi, vendredi soir et samedi soir!»

## Ambiance bon enfant

Cette belle expérience a été menée avec professionnalisme dans une ambiance bon enfant. Le soir même, c'est le chanteur et animateur Andy Borg qui a mis la présure dans le lait, avant que les deux fromagers commencent à brasser le lait. Clou de la soirée : en fin d'émission, ils ont sorti le fromage à la toile en direct devant tout le monde. A ce moment-là, Andy Borg a demandé à Adrian Scheidegger combien de temps il faudra attendre avant de pouvoir déguster ce Gruyère AOC. En apprenant qu'il faudra 5 à 12 mois, l'animateur a donné rendez-vous à l'IPG à Davos pour l'émission du 29 mai 2010.

**LE GRUYÈRE**<sup>®</sup>  
SWITZERLAND 

## Une belle publicité

En servant de fil rouge à l'émission, notre fromage a été mis en valeur d'une façon extraordinaire. Les deux représentants de l'IPG se sont assuré que seul le terme Gruyère AOC soit prononcé, et non celui de Greyerzer. Outre les 3'500 spectateurs par soirée venus à Forum Fribourg, quelque 6 millions de téléspectateurs ont regardé l'émission. Une réelle aubaine pour notre fromage.

Le concept de la Musikantenstadl est bien rôdé, puisque l'émission est présentée six fois par année depuis 28 ans. A chaque fois, la production se déplace depuis l'Autriche avec 230 tonnes de matériel. 140 personnes de la télévision autrichienne sont actives dans les coulisses pour 2 h 30 de spectacle.

Pour l'émission à Fribourg, les 3'500 places ont trouvé preneur en 45 minutes seulement. Il y avait beaucoup de Romands, mais aussi des Allemands et des Autrichiens qui avaient fait le déplacement en car.



## Herstellung von Gruyère AOC vor 6 Millionen Fernsehzuschauern

*Der Gruyère AOC bildete den roten Faden durch die Sendung „Musikantenstadt“, der am vergangenen 23. Mai direkt aus dem Forum Fribourg auf TSR1, SF1, ORF und ZDF ausgestrahlt wurde. Wie gewöhnlich wurde diese Sendung durch das Oesterreichische Fernsehen für die Zuschauer in Deutschland, Oesterreich und der Schweiz produziert. Viele Interpreten stellten anlässlich dieses einmaligen Abends ihr grosses Können in den verschiedensten Arten der Volksmusik unter Beweis. Es ist das erste Mal, dass eine der bekanntesten, deutschsprachigen Sendungen in der Romandie Halt machte.*

*Die Sortenorganisation Guyère, die den Abend unterstützte, hatte ihr Chalet im Dekor der Sendung platziert. Die Fernsehzuschauer verfolgten die Herstellung von Gruyère AOC durch Philipp Gremaud von der IPG und Adrian Scheidegger von Niedermuhren. Die Aufgabe war nicht leicht, denn es galt, die wichtigsten Schritte der Käseherstellung auf den Ablauf der Sendung auszurichten. „Wenn es gilt, den Bruch herzustellen, dann müssen wir es schnell tun“, erklärte Philippe Gremaud. „Wir können nicht zuwarten, bis ein Sänger seinen*

*Beitrag beendet.“ Somit wurde entschieden, die verschiedenen Etappen der Käseherstellung am Freitag vor der Generalprobe zu filmen und im Laufe der Sendung auszustrahlen. Bevor wir beginnen konnten, mussten wir zuerst erklären, wie unser Hartkäse hergestellt wird, damit sich die Regie und die Kameramänner organisieren konnten. Dann erst konnten wir uns der eigentlichen Herstellung widmen. Schlussendlich haben wir für die samstägliche Sendung am Freitagnachmittag, am Freitagabend und am Samstagabend Gruyère AOC hergestellt.*

### **Hervorragende Stimmung**

*Die Sendung verlief, sehr professionell geführt, in einem unvergesslichen Rahmen. Selbst der Sänger und Leiter der Sendung, Andy Borg, liess es sich nicht nehmen, persönlich die Labkultur in die Milch zu geben, bevor die Käser mit dem Rühren beginnen konnten. Höhepunkt des Abends war das Auspacken des Käses direkt vor den Augen der Zuseher am Ende der Sendung. Auf die von Adrian Scheidegger beantworteten Frage nach der Reifezeit von 5 bis 12 Monaten bis zum möglichen Degustieren dieses Gruyère AOC, legte der Animator spontan ein weiteres Treffen anlässlich der Sen-*

*dung vom 29. Mai 2010 in Davos mit der Sortenorganisation Gruyère fest.*

*Durch die Beteiligung an der Sendung, wurde unser Käse in einem hervorragenden Licht dargestellt. Die beiden Vertreter der Sortenorganisation versicherten sich, nur den Begriff Gruyère AOC und keineswegs den Ausdruck Greyerzer zu verwenden. Nebst den pro Abend 3'500 erschienen Zuschauern im Forum von Fribourg, haben rund 6 Millionen am Fernsehen die Ausstrahlung verfolgt.*

*Das Konzept des Musikantenstadls ist gut eingespielt, denn die Sendung wird seit 28 Jahren sechs Mal pro Jahr ausgestrahlt. Jedes Mal werden für die Produktion rund 230 Tonnen Material verschoben. In den Kulissen arbeiten rund 140 Personen des österreichischen Fernsehens für rund zweieinhalb Stunden Sendezeit.*

*Für die Sendung in Fribourg waren die 3'500 Plätze in nur 45 Minuten vergeben. Viele Romands, aber auch Deutsche und Oesterreicher, die mit Cars angereist sind, waren anwesend.*



# Les Italiens peuvent être conquis par le Gruyère AOC

L'Interprofession du Gruyère a participé à la Foire de Bra dans Le Piémont, du 18 au 21 septembre dernier. Cette manifestation européenne, intitulée «Cheese 2009», est une référence pour les artisans de la filière laitière-fromagère. En effet, Slow Food et la ville de Bra, co-organisateurs de l'événement, avaient mis en valeur de très nombreuses productions artisanales qui associent la qualité au respect de l'environnement et des personnes. Le Gruyère AOC en faisait partie.

Durant quatre jours, de 10 heures à 23 heures, les visiteurs ont pu déambuler dans les rues de la vieille ville de Bra et sur les principales places. Ils s'arrêtaient aux nombreux stands de fromages qui jalonnaient le parcours. Cette promenade gourmande au cœur de la ville était un moment de plaisir à vivre en famille ou entre amis, dans une ambiance festive. C'était l'occasion pour les gourmets de rencontrer des artisans qui produisent et transforment le lait. Puis de goûter et d'apprécier leurs produits, d'apprendre comment ils sont fabriqués, d'en comprendre les caractéristiques. En savourant des fromages artisanaux italiens, français, suisses et d'autres pays européens, ils pouvaient déguster de nouvelles saveurs et en découvrir d'anciennes.

## Connaître les mille âmes du fromage

Les amateurs de fromages, petits et

grands, pouvaient aussi affiner leurs connaissances en matière de fromage grâce à un programme d'animations riche et varié qui permettaient, selon les organisateurs, «de connaître les mille âmes du fromage». C'est ainsi que les curieux pouvaient participer à des ateliers du goût, durant lesquels des fromagers, affineurs et sélectionneurs guidaient les participants dans cet univers. Tantôt ils leur donnaient des informations sur les produits, tantôt ils les aidaient à affiner leur sensibilité sensorielle pour qu'ils puissent choisir des produits savoureux et respectueux de la nature.

## Le Gruyère AOC apprécié des Italiens

Le Gruyère AOC était à l'honneur avec d'autres fromages suisses sur la place principale de Bra, sous une cantine. 5 vitrines présentaient des produits suisses. Et Switzerland Cheese Marketing assurait la promotion générale, en mettant l'accent chaque heure sur un autre produit de notre pays. Pour l'occasion, l'IPG avait monté son chalet pour y fabriquer du «Gruyère» ... avec du lait du Piémont. C'est dire que le fromage fabriqué sur place était détruit en partant, et non vendu, puisqu'il ne respectait pas le cahier des charges du Gruyère AOC. Les visiteurs ont aussi pu déguster du Gruyère AOC et de la fondue moitié-moitié et en acheter. Philippe Gremaud, qui travaille au marketing et à la promotion du Gruyère

AOC, est enthousiaste : «Les Italiens du Nord sont gastronomes, ils aiment le fromage et le prouvent. En un week-end prolongé, nous avons vendu pas moins de 600 kg de Gruyère AOC. Je suis convaincu que l'Italie a un potentiel. Reste à trouver comment prendre véritablement place dans les étalages de la Péninsule».

## Le Gruyère AOC au cœur de la vie

En toile de fond de cette sixième édition, les organisateurs entendaient une nouvelle fois permettre aux visiteurs de prendre conscience des dynamiques et des enjeux du marché alimentaire, comme l'expliquent les organisateurs sur leur site : «En dégustant des fromages, en participant à des activités éducatives, en goûtant aux cuisines de la rue, les visiteurs peuvent prendre conscience de l'importance des activités agricoles et rurales. Ces activités sont compatibles avec le respect de l'environnement, ils répondent au repeuplement progressif des territoires de montagne qui entraîne l'abandon des pratiques pastorales traditionnelles. Ceci compromet des équilibres centenaires et provoque la disparition (ou la forte réduction) de produits, coutumes et traditions. Bref, CHEESE 2009 veut mettre la nourriture au cœur de nos vies, car elle concerne notre plaisir, mais aussi notre futur.» Une opinion que les membres de la filière du Gruyère AOC partagent sans doute pour la plupart.



## Die Italiener sind mit Gruyère AOC zu erobern

*Die Sortenorganisation Gruyère hat vom 18. bis 21. September 2009 an der Messe von Bra im Piemont teilgenommen. Die europäische, unter dem Titel „Cheese 2009“ stehende Ausstellung ist eine Referenz an die Berufstätigen im Milch- und Käsebereich. Die gemeinsamen Organisatoren der Ausstellung, Slow Food und die Stadt Bra boten sehr vielen gewerblichen Betrieben, die sowohl Qualität, als auch Respekt gegenüber Umwelt und Mitarbeitern vereinigen, Gastfreundschaft.*

*An vier Tagen von jeweils 10 Uhr bis 23 Uhr konnten die Besucher in den Strassen und auf den Plätzen der Altstadt von Bra umherschlendern. Jederzeit konnte an den zahlreichen Käseständen, die den Weg säumten, degustiert werden. Dieser Schlemmerspaziergang inmitten der Stadt war ein wahres Vergnügen. Es war die Gelegenheit für Feinschmecker, Hersteller zu treffen, die Milch produzieren und verarbeiten, deren Produkte zu kosten und Informationen über die Herstellung zu erhalten. Beim Geniessen der handwerklich hergestellten Käse aus Italien, Frankreich, der Schweiz und anderen europäischen Ländern, konnten alte und neue Geschmacksrichtungen gefunden und wiederentdeckt werden.*

### **Die tausend Seelen von Käse erkennen**

*Dank einem gut durchdachten Animationsprogramm, das gemäss Aussagen*

*der Veranstalter ermöglicht, „die tausend Seelen von Käse“ kennen zu lernen, konnten die grossen und kleinen Freunde von Käse, ihre Kenntnisse verfeinern. So konnten sich die Neugierigen an Geschmackskursen beteiligen, an denen Käser, Affineure und Selektionäre den Teilnehmern Anleitungen erteilten. Einmal gaben sie Produkteinformationen ab, ein andermal halfen sie mit, die sensorische Sensibilität der Besucher zu entwickeln, damit diese wirklich die bekömmlichsten und natürlichsten Produkte auswählen konnten.*

### **Gruyère AOC, von den Italienern geliebt**

*Zusammen mit anderen Schweizer Käsesorten stand der Gruyère AOC auf dem Hauptplatz von Bra im Mittelpunkt. Die Promotion stand unter der generellen Leitung von Switzerland Cheese Marketing, die den Hauptakzent ihrer Tätigkeiten während jeder Stunde auf eine andere Käsesorte setzte. Zur Unterstützung der Massnahmen, hatte die Sortenorganisation Gruyère das neue Chalet zur Verfügung gestellt, und stellte mit Milch aus dem Piemont „Gruyère“ her. Am Schluss der Veranstaltung wurde der Käse nicht etwa eingelagert, sondern der Tierfütterung zugeführt, da dieser Käse nicht dem Pflichtenheft des Gruyère AOC entsprach. Die Besucher konnten Gruyère AOC und Fondue moitié-moitié degustieren und kaufen.*

*Philippe Gremaud, der in Marketing und Verkaufsförderung von Gruyère AOC arbeitet, war begeistert: „Die Norditaliener sind Feinschmecker; lieben Käse und beweisen dies auch. Während eines Wochenendes haben wir nicht weniger als 600 kg Gruyère AOC verkauft. Ich bin überzeugt, dass es in Italien Potential für zusätzliche Verkäufe gibt. An uns liegt es, herauszufinden, wie wir den Weg in die Verkaufsregale finden“.*

*Ziel der sechsten Durchführung dieser Messe war es, den Teilnehmern Zusammenhänge und Interaktionen des Lebensmittelmarktes vor Augen zu führen. Durch das Degustieren von Käse, mit der Teilnahme an lehrreichen Aktivitäten, mit dem Versuchen von Speisen in den Strassenküchen, konnten die Besucher Vertrauen in die Aktivitäten von Landwirtschaft und ländlichem Gewerbe schöpfen.*

### **Diese Aktivitäten sind umweltverträglich**

*Sie sind eine Antwort auf die fortschreitende Abnahme der Bevölkerung in den Bergregionen, welche zur Aufgabe der traditionell praktizierten Weidewirtschaft führt. Das wiederum fördert das Verschwinden (oder die starke Dezimierung) von Produkten, von Brauchtum und von Traditionen. Kurz, CHEESE 2009 will „die Nahrung zum Mittelpunkt unseres Lebens machen, denn Essen ist ein Teil unserer Vergnügungen, aber auch ein Teil unserer Zukunft.“ Eine Meinung, die die meisten Mitglieder der Sortenorganisation Gruyère ohne Zweifel teilen werden.*



Maurice and Christine Johnson



Sandy Uldry

## Heureux événement et nouveaux collaborateurs

Stéphanie Giller-Molloyres, qui est au secrétariat depuis les débuts de l'Interprofession en 1998, vient d'avoir un bébé. Elle est l'heureuse maman d'Ana. Cette adorable petite fille, née le 25 août se réjouit déjà de ses futurs jeux avec son frère Louis, de 2 ans son aîné. Toutes nos félicitations aux heureux parents.

Après son congé maternité, Stéphanie reprendra son travail à 40 % pour s'occuper à nouveau de la comptabilité. Elle œuvrera en tandem avec Sandy Uldry qui vient de rejoindre le secrétariat à 60 %. Cette secrétaire est l'heureuse maman de 2 enfants, Nolan âgé de 3 ans et Addison, 1 an. L'IPG lui souhaite la bienvenue.

Pour renforcer le secteur qualité/contrôle, M. Thierry Bize a été engagé dès le 1er mars 2010. Au bénéfice d'une maîtrise fromagère, il a une expérience d'acheteur de lait et d'encadrement de la formation fromagère avant d'avoir travaillé auprès de l'entreprise Henniez. Durant cette période, il a pu acquérir en cours d'emploi le diplôme de technicien en processus (contrôle qualité). L'IPG lui souhaite également la bienvenue.

### Ein frohes Ereignis, eine neue Mitarbeiterin und ein neuer Mitarbeiter

Stephanie Giller-Molloyres, Mitarbeiterin seit der Gründung der IPG 1998, ist glückliche Mutter von Ana geworden. Der zweijährige, ältere Bruder Louis freut sich bereits heute, mit dem am 24. August geborenen Schwesterchen gemeinsam zu spielen. Wir gratulieren den glücklichen Eltern zum frohen Ereignis.

Nach dem Mutterschafts-Urlaub wird sich Stephanie mit einem 40 Prozent-Pensum wiederum unserer Buchhaltung widmen. Sie wird dort zusammen mit Sandy Uldry, die auf unserem Sekretariat ein 60 Prozent Pensum aufgenommen hat, im Tandemverfahren wirken. Letztere ist glückliche Mutter von zwei Kindern, dem dreijährigen Nolan und dem jährigen Addison. Die Sortenorganisation heisst sie herzlich willkommen.

Um den Sektor Qualität/Kontrolle zu verstärken, wurde per 01. März 2010 Herr Thierry Bize angestellt. Er besitzt ein Meisterdiplom als Käser und verfügt über Erfahrung als Milchkäufer als auch in der Lehrlings- und Weiterbildung. Zuletzt war er in der Firma Henniez tätig, wo er berufsbegleitend das Diplom als Prozess-Techniker (Qualitätskontrolle) erwarb. Wir heissen Herr Bize herzlich willkommen.

## Maurice Johnson un Anglais au service du Gruyère AOC

Depuis 4 ans, Maurice Johnson, toujours soutenu par son épouse, défend le Gruyère AOC en Grande-Bretagne. Les dégustations qu'il organise dans les magasins indépendants et dans les foires ont permis à de nombreux Anglais de découvrir notre pâte dure. Son travail porte ses fruits, puisque les ventes augmentent régulièrement, atteignant actuellement quelque 1000 tonnes.

Maurice Johnson connaît bien notre produit. En effet, après avoir oeuvré avec succès durant plus de 10 ans pour l'industrie laitière britannique, il a travaillé de nombreuses années pour l'Union Suisse du Commerce de Fromage (USF). Il a été responsable de la promotion des ventes en Grande-Bretagne. Après un passage à la direction d'une entreprise britannique

suite à la fin des activités de l'USF, Maurice Johnson a commencé, il y a 4 ans, une collaboration fructueuse avec l'Interprofession du Gruyère en tant que coordinateur de la promotion du Gruyère AOC dans son pays. Depuis lors, il œuvre pour faire connaître notre pâte dure. Il est soutenu dans son travail par son épouse, également très dévouée à notre produit. Il porte une attention particulière pour imposer notre logo dans les grandes chaînes. En effet, il est indispensable que les consommateurs le reconnaissent sur les étalages. C'est ainsi que Maurice Johnson a réussi avec l'IPG à stimuler le marché britannique pour le Gruyère AOC, passant de 660 tonnes à 1'100 tonnes. Cette progression laisse penser que la promotion de notre fromage en Grande-Bretagne permettra à l'avenir de séduire encore d'autres consommateurs britanniques.

### Maurice Johnson, ein Engländer im Dienste von Gruyère AOC

Seit 4 Jahren setzt sich Maurice Johnson, unterstützt von seiner Ehefrau, für den Gruyère AOC in Grossbritannien ein. Die Degustationen, die er in unabhängigen Läden und anlässlich von Messen organisiert, haben es vielen Engländern erlaubt, unseren Hartkäse kennen zu lernen. Seine Arbeit trägt Früchte, der Absatz steigt regelmässig und steht heute bei rund 1'000 Tonnen.

Maurice Johnson kennt unser Produkt. Nachdem er während mehr als 10 Jahren mit Erfolg in der britischen Milchindustrie gewirkt hatte, arbeitete er mehrere Jahre bei der Schweizerischen Käseunion (SKU), wo er für die Verkaufsförderung in Grossbritannien verantwortlich war. Nach seinem Abstecher bei der SKU, wechselte er in die Direktion

eines britischen Unternehmens, bevor vor vier Jahren eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit der Sortenorganisation Gruyère als Verkaufs-Koordinator für Gruyère AOC seines Landes begann. Unterstützt durch seine Ehefrau, die unserem Hartkäse ebenfalls sehr angetan ist, beschäftigt er sich noch eingehender mit dessen Eigenschaften. Ein besonderes Anliegen ist ihm jeweils das korrekte Anbringen unseres Logos in den grossen Verkaufsketten, ist es doch unerlässlich, dass unser Käse in den Verkaufsvitrinen auch erkannt wird.

Zusammen mit der Sortenorganisation hat es Maurice Johnson verstanden, den Absatz von Gruyère AOC von 660 Tonnen auf heute 1'100 Tonnen zu heben. Angesichts dieses Erfolges darf erwartet werden, dass durch die Verkaufsförderung für unseren Käse in Grossbritannien sich künftig auch noch weitere Konsumenten zum Kauf von Gruyère AOC verführen lassen.





## Salade de courge aux champignons

Pour 4 personnes

Sauce :

- 3 c. à s. de jus de citron
- 3 c. à s. d'huile d'olive
- 1 c. à s. d'huile de graines de courge
- 1 c. à c. de miel
- Sel, poivre
- 200 g de champignons variés
- 2 c. à s. d'huile d'olive
- 500 g de chair de courge, p. ex. potiron muscat
- 2 c. à s. de vinaigre balsamique blanc
- 2 branches de céleri
- 200 g de Gruyère AOC jeune
- 200 g de salade mélangée

Mélanger le jus de citron, l'huile d'olive et l'huile de graines de courge avec le miel.

Saler et poivrer.

Préparer les champignons, couper en deux les plus gros. Faire revenir dans 1 cuillère à soupe d'huile pendant environ 5 minutes.

Saler et poivrer.

Ajouter les champignons à la sauce salade.

Couper la courge en dés, les faire revenir pendant 5 minutes dans le reste de l'huile.

Ajouter le vinaigre balsamique, saler et poivrer.

Laisser cuire à petit feu quelques minutes, jusqu'à ce que tout le liquide soit réduit et que la courge soit bien cuite.

Ajouter aux champignons, bien mélanger et faire mariner 30 minutes.

Couper le céleri branche en petites rondelles et le fromage en copeaux.

Mélanger tous les ingrédients.

## Kürbissalat mit Pilzen

Für 4 Personen

Sauce:

- 3 EL Zitronensaft
- 3 EL Olivenöl
- 1 EL Kürbiskernöl
- 1 TL Honig, Salz, Pfeffer

- 200 g gemischte Pilze
- 2 EL Olivenöl
- 500 g Kürbisleich, z.B. Muscatkürbis
- 2 EL weisser Aceto balsamico
- 2 Stängel Stangensellerie
- 200 g rezepter Gruyère AOC
- 200 g gemischter Salat

Zitronensaft, Oliven- und Kürbiskernöl mit dem Honig zusammen verrühren. Mit Salz und Pfeffer würzen.

Pilze rüsten, grössere Pilze halbieren. In 1 Esslöffel Öl ca. 5 Minuten braten, würzen. Zur Salatsauce geben. Kürbis würfeln, im restlichen Öl 5 Minuten braten. Aceto balsamico dazugießen, mit Salz und Pfeffer würzen. Einige Minuten köcheln, bis alle Flüssigkeit eingekocht ist und der Kürbis gar ist. Zu den Champignons geben, gut mischen und 30 Minuten marinieren.

Stangensellerie in Scheibchen schneiden. Käse in Späne schneiden. Sämtliche Zutaten miteinander mischen.

**LE GRUYÈRE**<sup>®</sup>  
SWITZERLAND 

[www.gruyere.com](http://www.gruyere.com)



# Roulades de laitue farci au couscous

Pour 4 personnes

- 600 g de tomates
- 1 oignon
- 1 c. à s. d'huile d'olive
- Sel, poivre
- 16 grosses feuilles de laitue
- 1 poivron rouge
- 1 poivron vert
- 50 g d'abricots secs
- 2,5 dl de bouillon
- 200 g de couscous
- 175 g de Gruyère AOC
- 2 c. à s. d'amandes grossièrement hachées
- 2 c. à s. de feuilles d'origan

Couper les tomates en petits dés. Hacher finement l'oignon et le faire revenir dans 1 cuillère à soupe d'huile. Ajouter les tomates et les laisser mijoter 15 minutes. Saler et poivrer.

Faire blanchir les feuilles de laitue dans une grande quantité d'eau bouillante salée. Les déposer sur du papier de ménage. Aplatir les côtes épaisses à l'aide d'une louche. Mettre deux feuilles l'une sur l'autre.

Couper les poivrons et les abricots en dés. Les faire revenir 2 minutes dans 1 cuillère à soupe d'huile. Ajouter le bouillon et faire bouillir. Ajouter alors le couscous et le laisser gonfler 10 minutes à couvert.

Hacher finement le Gruyère AOC. Détacher les grains de couscous avec une fourchette et ajouter 100 g de fromage. Répartir la farce de couscous sur les feuilles de laitue. Assembler les bords et rouler les feuilles. Verser la sauce tomate dans un plat à gratin et y déposer les roulades. Parsemer avec le fromage restant et les amandes hachées.

Faire gratiner au four à 200 degrés pendant 15 minutes. Saupoudrer d'origan.

## Lattichrouladen mit Couscousfüllung

Für 4 Personen

- 600 g Tomaten
- 1 Zwiebel
- 1 EL Olivenöl
- Salz, Pfeffer
- 16 grosse Lattichblätter
- 1 rote Peperoni
- 50 g getrocknete Aprikosen
- 2,5 dl Bouillon
- 200 g Couscous
- 175 g Gruyère AOC
- 2 EL grob gehackte Mandeln
- 2 EL Oreganoblättchen
- 1 grüne Peperoni

Tomaten klein würfeln. Zwiebel fein hacken und in 1 Esslöffel Öl andünsten. Tomaten beifügen und 15 Minuten köcheln. Mit Salz und Pfeffer würzen.

Lattichblätter in viel kochendem Salzwasser blanchieren. Auf Küchenpapier auslegen. Die dicken Mittelrippen mit einer Kelle flach drücken. Je zwei Blätter aufeinander legen.

Peperoni und Aprikosen in Würfeli schneiden. In 1 Esslöffel Öl 2 Minuten andünsten.

Bouillon begeben, aufkochen und Couscous zufügen. Zugedeckt 10 Minuten quellen lassen.

Gruyère AOC fein reiben. Couscous mit einer Gabel lockern. 100 g Käse untermischen. Couscousfüllung auf Lattichblätter verteilen. Seitenränder einschlagen und aufrollen. Tomatensauce in eine Gratinform giessen. Rouladen darauf legen. Mit restlichem Käse und Mandeln bestreuen.

Im 200 Grad heissen Ofen 15 Minuten überbacken. Mit Oregano bestreuen.

**LE GRUYÈRE**<sup>®</sup>  
SWITZERLAND 

[www.gruyere.com](http://www.gruyere.com)



## Nouveau site Internet

## Neuer Website



Nouvelles pages de recettes  
Neue Seiten mit Rezepturen



Nouvel agenda  
Neuer Agenda



Nouvelle boutique  
Neuer, kleiner Laden mit Artikeln

Vous y trouverez également des jeux à télécharger, un agenda détaillé des manifestations, les dernières nouvelles, notre banque d'image, nos logos et notre charte graphique....  
 Sie werden Spiele herunterladen können und eine eingehende Agenda über die Veranstaltungen und letzte Nachrichten vorfinden, unsere Bilderbank abrufen können sowie unsere Logo und unsere grafische Charta entdecken.

[www.gruyere.com](http://www.gruyere.com)

L'Interprofession du Gruyère vous souhaite un

*Die Interprofession du Gruyère wünscht Ihnen*

*Joyeux Noël*  
*Fröhliche Weihnachten*

ainsi qu'une excellente Année 2010

*und ein Gutes Neues Jahr 2010*



Les bureaux de l'Interprofession du Gruyère seront fermés du 23 décembre 2009 à midi au 4 janvier 2010 à 7h.30. En cas d'urgence, vous pourrez atteindre M. Philippe Bardet au 079 317 82 61

*Die Büros der Interprofession du Gruyère sind vom 23. Dezember 2009 midi à traduire, bis am 4. Januar 2010 07.30 Uhr, geschlossen. Für wichtige Angelegenheiten: Philippe Bardet, 079 317 82 61*