

L'oiseau

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



Swiss Cheese Awards

Das Wort des Direktors

In der vorliegenden letzten Ausgabe des Jahres 2010 widmen wir uns vertieft unseren verschiedenen Marketing-Aktivitäten, insbesondere deren Nachhaltigkeit. Bei der Gründung haben sich die verantwortlichen Personen bemüht, einen der Organisation würdigen Finanzhaushalt zu geben. Wenn auch die Abgaben an die Sortenorganisation in den letzten Jahren gewissen Schwankungen unterlagen, so erlauben die heutigen Beiträge, die nicht zuletzt aus den Markterlösen des Gruyère AOC stammen, das Produkt mit der nötigen Werbung anzupreisen und ihm ein Eigenleben zu verleihen. In einem durch Konkurrenz immer stärker geprägten Umfeld wird das Marketing zu einem unerlässlichen Instrument für das weitere Bestehen oder gar den Ausbau des Marktanteiles. Eine vielseitige diversifizierte Werbung muss deshalb weiterhin gewährleistet sein. Präsenz zu zeigen und ein positives Image zu vermitteln, bedeutet, das Einkommenspotential für eine ganze Sortenorganisation zu garantieren.

Sämtliche Marketingbemühungen sind

vergebens, wenn die Qualität des Produkts nicht stimmt und keine strikte Mengenführung vorhanden ist. Betreffend Qualität dürfen wir in dieser Ausgabe mit Stolz auf die zahlreichen Podestplätze hinweisen. Anlässlich von verschiedenen Wettbewerben finden wir den Gruyère AOC auf den obersten Siegerstufen, so zum Beispiel bei den World Cheese Awards in Wisconsin und den Swiss Cheese Awards in Neuenburg. Es ist erfreulich, festzustellen, dass die Auszeichnungen von einer Vielzahl von Käsern erreicht wurden. Dies ist ein Spiegelbild der sehr hohen Qualität, die innerhalb der ganzen Sortenorganisation Gruyère AOC gelebt wird. Die Erfolge zeigen uns aber auch, dass die Anstrengungen sowohl bei den Milchproduzenten, den Käsern und den Affineuren konstant notwendig sind. Der Ruf nach einer Sortenorganisation und die 1992 mit der Unterschrift zur Gruyère-Charta eingegangenen Herausforderungen zur Gründung einer AOC erweisen sich heute als richtig. Hoffen wir deshalb auf die Anerkennung der AOC auf Europäischer Ebene im Frühjahr 2011.

Wie zu Beginn des Jahres 2010 jeder feststellen konnte, kann trotz bester Qualität und guter Werbung nicht auf eine vernünftige Mengenregelung verzichtet werden. Deshalb hat die Delegiertenversammlung die Weiterführung der Regulierung der Jahresmengen beschlossen, basierend auf einem maximalen fest zugeteilten Produktions-Volumen für das erste Semester. Diese Massnahme erlaubt uns, dem Jahr 2011, mit seinen mehr als unsicher erscheinenden wirtschaftlichen Voraussetzungen, aus der Position der Stärke entgegenzutreten.

Um vorwärts zu kommen, gilt es deshalb die Ärmel hochzukrempeln, denn nur so werden wir eine Chance haben, jedem ein annehmbares Einkommen zu garantieren.

Stolz, sich für den Gruyère AOC einsetzen zu dürfen, wünscht Ihnen die ganze Equipe der Sortenorganisation Gruyère schöne Festtage und ein gutes und erfolgreiches 2011.

Philippe Bardet, Direktor



Le mot du directeur

Sommaire Inhalt

- | | |
|---|---|
| 04. Suisse-UE
Reconnaissance mutuelle des AOC. | 07. Schweiz-EU
Gegenseitige Anerkennung der AOC. |
| 10. Sondage
Le Gruyère AOC, le plus connu des fromages suisses. | 13. Marktbefragung
Gruyère AOC, der bekannteste aller Schweizer Käse. |
| 17. Marketing
Affiner la stratégie et rester ambitieux. | 19. Marketing
Strategie verfeinern und ehrgeizig bleiben. |
| 22. Anniversaire
Les Chemins historiques du Gruyère. | 25. Geburtstag
Historische Wege des Gruyère. |
| 28. Swiss Cheese Awards
Le Gruyère AOC champion suisse toutes catégories. | 31. Swiss Cheese Awards
Gruyère AOC, Schweizer Champion aller Kategorien. |
| 34. Actualités
Du Gruyère AOC sur les plateaux des passagers de SWISS. | 35. Aktuelles
Gruyère AOC auf dem Tablett der SWISS Passagiere. |
| 36. Championnats d'Europe d'athlétisme
Succès du Gruyère AOC à Barcelone. | 38. Leichtathletik Europameisterschaften
Erfolg für Gruyère AOC in Barcelona. |
| 40. Compétition
Le Gruyère AOC aux côtés des futurs athlètes suisses. | 42. Wettkämpfe
Gruyère AOC unterstützt junge Leichtathleten. |
| 44. Agenda
Le Gruyère AOC associé à de grandes manifestations. | 46. Agenda
Grosse Veranstaltungen mit Gruyère AOC. |

Pour ce dernier numéro de l'année 2010, l'Oiseau se penche de manière un peu plus détaillée sur l'activité marketing déployée par la filière du Gruyère AOC et, surtout, sur sa pertinence. En mettant en place l'Interprofession, les personnes présentes à l'époque n'ont pas oublié de donner à cette organisation un budget digne de ce nom. Si la contribution à l'IPG a quelque peu fluctué ces dernières années, son niveau actuel qui, au final, est payé par la vente du Gruyère AOC sur le marché permet de donner une visibilité et une vie à ce noble produit. Dans un marché toujours plus concurrentiel, cet aspect marketing est indispensable pour rester bien présent et, si possible, accroître encore nos parts de marché. Car maintenir une image, une présence, c'est garantir un potentiel de revenu pour toute une filière.

Tout travail marketing n'est rien sans une qualité optimale et une gestion de la quantité stricte. Du côté de la qualité, en tournant les pages de l'Oiseau, on se plaît à plusieurs repri-

ses à relever la présence du Gruyère AOC sur les podiums et, souvent, sur les plus hautes marches des différents concours, comme celui des World Cheese Awards qui s'est déroulé dans le Winsconsin ainsi que celui des Swiss Cheese Awards à Neuchâtel. Il est réjouissant de noter que les distinctions obtenues le sont par un large éventail de fromageries, ce qui est le reflet de l'excellent niveau de qualité de la filière du Gruyère AOC. Ces succès sont bien là pour rappeler qu'il s'agit d'un effort constant du producteur de lait à l'affineur en passant par le fromager. Ce constat met en lumière le fait que la demande interprofessionnelle et le pari de l'AOC initiés en 1992 (signature de la charte du Gruyère) étaient justes. Ayons ainsi plein espoir dans la reconnaissance européenne qui devrait tomber en ce début d'année 2011.

Comme chacun a pu s'en rendre compte au début de l'année 2010, la qualité et la promotion ne peuvent faire fi d'une gestion raisonnable des

quantités. C'est pourquoi l'Assemblée des délégués a décidé de poursuivre la gestion annuelle des volumes basée sur une quantité maximale au premier semestre. Gageons que cette mesure permettra d'affronter avec vigueur l'année 2011 dans le contexte économique plus qu'incertain.

C'est ainsi que, en se serrant les coudes, nous aurons une chance d'aller de l'avant et de garantir à chacun un revenu décent.

C'est dans cet esprit filière que toute l'équipe de l'Interprofession, fière d'être au service du Gruyère AOC, souhaite à toutes et à tous de belles fêtes de fin d'année et une année 2011 réussie.

Philippe Bardet
Directeur

Impressum

Editeur: Interprofession du Gruyère,
case postale 12, CH - 1863 Gruyères
e-mail: interprofession@gruyere.com
Tirage: 3'100 exemplaires

Rédaction: Marie-José Auderset,
Jean-Blaise Held,
MicroPlume sàrl, CH - 1509 Vucherens
e-mail: microplume@bluewin.ch

Traduction: Urs Schneider,
CH - 4312 Magden
e-mail: anny_schneider@asus-verlag.ch

Graphisme: Art Com & Partenaires sàrl,
CH - 1003 Lausanne,
www.art-com.ch,
e-mail: info@art-com.ch

Suisse -UE

Reconnaissance mutuelle des AOC

La Suisse et l'Union européenne ont signé en juillet un accord qui introduit la reconnaissance mutuelle des AOC et des IGP. C'est donc la fin de négociations difficiles qui, pour le Gruyère AOC notamment, étaient essentielles. Dès l'an prochain, les 22 produits suisses estampillés Appellation d'Origine Contrôlée ou Indication Géographique Protégée auront le même niveau de protection en Europe que les 800 produits AOC-IGP enregistrés dans l'Union. En retour, la Suisse offrira évidemment la même protection aux AOC-IGP communautaires. De l'avis de Jacques Chavaz, directeur suppléant de l'OFAG et principal négociateur suisse, l'enjeu pour la Suisse était important. Interview.

Avec cet accord, les AOC-IGP suisses seront reconnus et protégés sur un marché de près de 500 millions de consommateurs. Pour certains de nos « poids lourds » à l'exportation, comme le Gruyère AOC ou la Tête de Moine AOC, il était essentiel d'assurer leur protection. Certes, nous devons

assurer la même protection pour les AOC-IGP européennes, mais le jeu en vaut assurément la chandelle.

On sait que la Suisse est très soucieuse du respect de ses engagements, peut-on espérer que la réciprocité sera vraie ?

Il est vrai que les pays de l'Union européenne n'avaient pas tous initialement la même sensibilité par rapport à la protection des produits d'origine. Mais le système fonctionne. Un exemple : le Parmesan et la Feta ont réussi à faire valoir leurs droits au sein de l'Europe malgré l'opposition d'industriels de l'agroalimentaire d'un certain nombre de pays. La Suisse va donc être englobée dans ce système qui accorde une protection totale aux produits d'origine. C'est une réelle garantie que ses droits vont être respectés.

Pour le Gruyère AOC également ? On sait que les copies plus ou moins réussies sont nombreuses. Comment fera-t-on pour s'assurer qu'il ne circule pas de faux Gruyère sur le marché européen ?

Les contrôles automatiques sont un des avantages issus des accords que nous venons de signer. De ce fait, ce ne sera pas systématiquement à l'Interprofession du Gruyère de faire la preuve qu'il y a imitation ou usurpation. La procédure pourra être déclenchée sans qu'elle ait nécessairement à intervenir. Mais la vigilance restera de mise et ce sera le plus souvent à la filière de surveiller l'apparition de faux et de les dénoncer. C'est exactement ainsi que cela se passe déjà en Suisse.

Il y aura donc la possibilité de demander depuis la Suisse que des contrôles soient faits quelque part en Europe ?

L'accord prévoit une coopération administrative. Dès lors, si des cas nous sont signalés, nous pourrions informer nos collègues de Bruxelles qui interviendront à leur tour auprès des Etats membres de l'UE.

On sait qu'en Suisse, l'AOC représente une véritable opportunité commerciale.

En Europe, c'est beaucoup plus fluctuant. Il y a les pays qui connaissent bien l'AOC et les autres qui n'y sont guère sensibles.

Il y a effectivement une tradition de la protection des produits d'origine en France, en Italie et, d'une façon générale, dans les pays méditerranéens. Elle est beaucoup plus récente dans le reste de la communauté. Mais on constate une réelle évolution, par étapes, dans l'ensemble de l'Union. Je constate avec intérêt qu'aujourd'hui l'UE défend les AOC-IGP avec vigueur sur le plan international. Il y a donc désormais une vision communautaire pour la défense de produits typiques dont l'origine est bien établie. Chacun finit par se rendre compte qu'il y a là une stratégie avantageuse pour tout le monde. Notamment par le fait que les AOC contribuent à la fois au développement de régions rurales et à la diversité, à la qualité et à l'authenticité de l'offre alimentaire pour les consommateurs.

Avez-vous le sentiment qu'il se vendra ces prochaines années plus de Gruyère grâce à cet accord avec l'Europe ?

Pour augmenter ses parts de marché, il faut toujours un ensemble de facteurs. L'AOC c'est une protection de la dénomination. Elle n'assure pas à elle seule le succès commercial d'un produit. Le succès commercial est possible si, d'une part, l'ensemble de la filière poursuit une démarche qualité permanente et si une stratégie marketing sérieuse a été mise en place. A ce titre, l'Appellation d'Origine Contrôlée est une des pièces du puzzle, mais elle ne saurait se suffire à elle-même.

AOC ? AOP ? Les Européens parlent plutôt d'AOP, les Suisses d'AOC. Pourquoi deux dénominations pour une seule réalité ?

La pratique dans l'Union européenne est hétérogène. Certains pays utilisent AOP, Appellation d'Origine Protégée, d'autres pays parlent d'AOC. Mais le terme officiel utilisé à Bruxelles, c'est AOP. La législation suisse a laissé les choses ouvertes. On peut donc utiliser les deux termes. Ici, le terme le plus porteur, parce que le plus connu, c'est bien sûr AOC. Mais il sera sans doute souhaitable d'unifier la terminologie pour éviter toute confusion. AOC ? AOP ? A voir. C'est un détail, mais il n'en a pas moins son importance.

Petit rappel chronologique

1951 : Suite à la Convention de Stresa, le Gruyère suisse et le Gruyère français peuvent tous deux utiliser l'appellation Gruyère.

2001 : Le Gruyère Suisse devient une AOC.

2007 : Le Gruyère français (produit en Franche-Comté et en Rhône-Alpes) obtient au niveau national l'appellation AOC. Les Français demandent alors l'extension de cette appellation à l'ensemble des pays de l'UE. La Suisse engage une démarche identique à Bruxelles.

Fin 2009 : La Suisse et l'Union européenne annoncent un projet d'accord sur la reconnaissance mutuelle des appellations d'origine protégées (AOP), des appellations d'origine contrôlée (AOC) et des indications géographiques protégées (IGP).

Juillet 2010 : La Suisse et l'Union européenne clôturent la négociation en paraphant un complément au projet d'accord. 22 produits alimentaires suisses auront la même protection de part et d'autres des frontières, dont Le Gruyère AOC, le Vacherin fribourgeois AOC, la tête de Moine AOC et le Vacherin Mont d'Or AOC. Ils seront protégés contre les imitations et usurpations de leur nom au niveau européen.

L'IPG annonce son intention de se battre désormais pour une protection totale (au niveau mondial) du nom dans le cadre des accords au sein de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC).

La Commission européenne rend un préavis négatif aux Français concernant leur demande d'AOP pour leur Gruyère. Elle considère que les conditions de production du Gruyère français ne correspondent pas aux exigences du règlement européen. Elle estime notamment que la zone d'affinage déborde très largement de la zone de production. Elle propose aux Français de s'orienter vers une autre protection, l'indication géographique protégée, IGP. Cette dénomination moins prestigieuse, assure la même protection que l'AOC. Les Français acceptent la proposition.

Dès automne 2010 : procédure de ratification de l'accord par les parties.

2011 : entrée en vigueur de l'accord.



Ces accords permettent une clarification avec la France.

Avec la France, mais aussi avec les 26 autres pays de l'Union européenne. Souvenez-vous: il n'y a pas si longtemps, des fromages de type industriel étaient commercialisés en Europe sous le nom de gruyère. Je suis persuadé que ces accords auront un effet bénéfique pour le Gruyère AOC dans tous les Etats membres de l'UE.

Comment voyez-vous le fait que la France ait renoncé à sa volonté de produire son propre Gruyère AOC et veuille adopter une IGP?

Sur le plan juridique, l'IGP offre une protection similaire. Mais en terme d'image marketing, la dénomination AOC est plus forte. Avoir l'exclusivité de l'appellation Gruyère AOC, c'est un atout indéniable.

La prochaine étape, c'est l'OMC. Comment les choses se présentent-elles?

Ce qui est en jeu à l'OMC, ce n'est

pas encore la protection de produits spécifiques. L'objectif actuel est d'élever la protection des indications géographiques au niveau de celle qui existe déjà pour les vins et les spiritueux. C'est une bataille très difficile et incertaine. Et il faudra du temps pour obtenir un résultat tangible dans le cadre de l'OMC. L'étape que nous avons franchie avec l'UE, notre principal partenaire commercial, est donc d'autant plus importante. Si nous voulons étendre notre réseau de reconnaissance mutuelle, nous devons sans doute réfléchir à la mise en place de négociations bilatérales avec d'autres partenaires. C'est d'ailleurs ce que, de son côté, l'Union européenne a décidé de faire.

Le jour où le Gruyère AOC sera protégé dans le monde entier, ce n'est donc pas demain!

Effectivement, la démarche OMC va prendre passablement de temps. La protection mondiale du Gruyère AOC et de tous les AOC-IGP suisses reste plus qu'incertaine. Heureusement qu'avec l'Europe, nous y sommes!

Commentaire

L'Office fédéral de l'agriculture, le Département de l'économie et le Conseil fédéral ont réalisé une avancée déterminante dans la reconnaissance de nos appellations au niveau européen. L'accord ainsi signé n'entrera toutefois en force qu'une fois ratifié par les deux parties, soit l'Europe et la Suisse. Nous osons croire que ce sera chose faite dans la première moitié de l'année 2011. Mais même si cela se réalise selon le calendrier prévu, il faudra poursuivre le combat pour une reconnaissance pleine et entière au niveau mondial de l'OMC. Il y aura également à faire respecter cet accord, car il y a tous les jours des personnes qui souhaitent s'approprier l'aura de dénomination que d'autres s'évertuent à défendre. Tout ce processus s'inscrit ainsi dans la durabilité afin que les générations futures puissent bénéficier de la dénomination intacte propre à leur garantir un revenu et une place sur le marché pour le plaisir du consommateur de demain.

Philippe Bardet
Directeur



Schweiz -EU

Gegenseitige Anerkennung der AOC

Die Schweiz und die Europäische Union haben vergangenen Juli ein Abkommen unterzeichnet, das die gegenseitige Anerkennung der AOC (GUB) und der IGP (GGA) vorsieht. Das bedeutet das Ende von schwierigen, für den Gruyère AOC wichtigen Verhandlungen. Ab dem nächsten Jahr werden alle 22 mit der Geschützten Ursprungsbezeichnung (GUB) oder den Geschützten Geographischen Angaben (GGA) ausgezeichneten Schweizer Produkte innerhalb von Europa denselben Schutz genießen, genau so wie die in der EU registrierten rund 800 GUB-GGA Produkte. Im Gegenzug offeriert die Schweiz den GUB-GGA Produkten der Gemeinschaft denselben Schutz. Nach Meinung von Jacques Chavaz, stellvertretendem Direktor des BLW und wichtigem Schweizer Unterhändler, stand für die Schweiz viel auf dem Spiel. Interview:

Mit diesem Abkommen sind die Schweizer GUB-GGA auf einem Markt von fast 500 Millionen Konsumenten anerkannt und geschützt. Für einige unserer „Schwergewichte“ im Export, wie den Gruyère AOC oder den Tête de Moine AOC, war es lebenswichtig,

diesen Schutz zu sichern. Natürlich müssen wir dieselben Schutzmassnahmen für die europäischen GUB-GGA bieten, doch die Herausforderung wird sich mit Sicherheit lohnen.

Wir wissen, dass es die Schweiz bei der Befolgung der eingegangenen Verpflichtungen sehr genau nimmt. Darf man annehmen, dass das Gegenrecht auch befolgt wird?

Es stimmt, dass anfänglich nicht alle Länder der europäischen Union dieselbe Sensibilität bezüglich des Schutzes der Originalprodukte zeigten, und trotzdem, das System funktioniert. Ein Beispiel: Parmesan und Feta konnten ihre Rechte innerhalb Europas auch gegen die namhafte Opposition der Lebensmittelindustrie verschiedener Länder durchsetzen. Die Schweiz findet Aufnahme im bestehenden System, was den Originalprodukten einen vollständigen Schutz gewährt, und dafür garantiert, dass diese Rechte respektiert werden.

Gilt das auch für den Gruyère AOC? Man weiss, dass die mehr oder minder gelungenen Nachahmungen zahlreich sind.

Was muss unternommen werden, damit auf dem europäischen Markt kein falscher Gruyère angeboten wird?

Ein Vorteil des unterschriebenen Abkommens besteht darin, dass automatische Kontrollen vorgesehen sind. Die Feststellung, ob es Imitationsprodukte gibt oder eine widerrechtliche Verwendung des Namens erfolgt, liegt nicht mehr allein bei der Sortenorganisation Gruyère. Es könnte ein Prozedere eingeleitet werden, ohne dass sie selbst eingreifen müsste. Wichtig ist, dass die Wachsamkeit nicht nachlässt. Es wird vor allem an der Sortenorganisation liegen, Fälschungen auf dem Markt aufzuspüren und anzuzeigen. Genau so läuft es bereits heute in der Schweiz ab.

Gibt es demzufolge die Möglichkeit, von der Schweiz aus zu verlangen, dass irgendwo in Europa Kontrollen durchgeführt werden?

Das Abkommen sieht eine administrative Zusammenarbeit vor. Sobald wir Kenntnis über einen bestimmten Fall erhalten, werden wir unsere Kollegen in Brüssel informieren.

Diese werden bei den betroffenen Instanzen des Mitgliedlandes der EU intervenieren.

In der Schweiz ist die Verwendung der AOC als zweckmässige kommerzielle Massnahme anerkannt. In Europa ist dies sehr unterschiedlich. Es gibt Länder, die sehr wohl die AOC kennen, andere hingegen sind diesbezüglich weniger empfänglich und nicht sehr sensibel.

Es gibt in der Tat eine Tradition für den Schutz von Originalprodukten in Frankreich und in Italien, ganz generell in den Mittelmeerländern. In den übrigen Ländern der EU sind diese Bestrebungen erst neueren Datums. Heute stellen wir nun aber eine wirkliche etappenweise Entwicklung in der ganzen EU fest. Mit Interesse konstantiere ich, dass die EU die AOC-IGP heute mit Vehemenz auf dem internationalen Parkett vertritt. Es gibt künftig eine gemeinsame Vision für die Verteidigung typischer Produkte, deren Ursprung klar nachgewiesen ist. Beide Seiten haben bemerkt, dass es nun eine vorteilhafte gemeinsame Strategie gibt, indem die AOC, einerseits zur Entwicklung ländlicher Gebiete beiträgt und andererseits, dem Konsumenten die verschiedenen Produkte, die Qualität und die Echtheit des Nahrungsangebotes näher bringt.

Glauben Sie, dass dank dieses Abkommens mit der EU in den nächsten Jahren mehr Gruyère AOC verkauft werden kann?

Damit der Marktanteil erhöht werden kann, braucht es immer mehrere zusammenwirkende Faktoren. Die AOC ist ein Markenschutz. Für sich allein, garantiert sie in keiner Weise den Erfolg eines Produktes. Der kommerzielle Erfolg ist aber möglich, wenn durch die Sortenorganisation sowohl der Qualität ständig das notwendige Gewicht beigemessen wird, als auch eine glaubhafte Marketing-Strategie verfolgt wird. In diesem Kontext ist die AOC ein Teil des Zusammenspiels, sie würde aber als alleinige Massnahme nicht genügen.

Gestattet dieses Abkommen eine Klärung der Verhältnisse mit Frankreich?

Mit Frankreich, aber auch mit den übrigen 26 Staaten der Europäischen Union. Erinnern Sie sich: Es ist noch nicht sehr lange her, dass in Europa Industriekäse unter dem Namen Gruyère verkauft wurde. Ich bin überzeugt, dass dieses Abkommen in allen Mitgliedländern der EU einen positiven Einfluss für den Gruyère AOC haben wird.

Wie schätzen Sie ein, dass Frankreich auf die Einführung einer eigenen AOC verzichtet hat und an deren Stelle eine IGP einführen will?

Juristisch gesehen, bietet die IGP einen ähnlichen Schutz. Als Hilfsmittel für das Marketing ist jedoch die Bezeichnung AOC viel stärker zu gewichten. Die Exklusivität der Benennung „Gruyère AOC“ ist ein nicht zu negierender Trumpf.

Chronologischer Ablauf zur Erinnerung

1951: Als Folge der Stresa-Konvention darf sowohl der Schweizer Gruyère, als auch der französische Gruyère die Benennung Gruyère führen.

2001: Der Schweizer Gruyère erhält eine AOC (GUB).

2007: Der französische Gruyère (produziert in der Franche-Comté und im Gebiet der Rhône-Alpes) erhält auf nationalem Gebiet die Benennung AOC. Die Franzosen verlangen die Ausbreitung dieser Benennung auf das ganze EU-Gebiet. Die Schweiz stellt in Brüssel dasselbe Begehren.

Ende 2009: Die Schweiz und die EU kündigen Verhandlungen zur gegenseitigen Anerkennung der geschützten Ursprungsbezeichnungen (AOP, Appellation d'Origine Protégée und AOC, Appellation d'Origine Contrôlée) sowie der Geschützten Geographischen Angaben (GGA) an.

Juli 2010: Die Schweiz und die EU schliessen die Verhandlungen ab und paraphieren einen Zusatz zum Abkommen. 22 Schweizer Lebensmittel geniessen nun über die Grenzen hinweg denselben Schutz. Darunter befinden sich der Gruyère AOC, der Vacherin fribourgeois AOC, der Tête de Moine AOC und der Vacherin Mont d'Or AOC. Sie sind damit gegen Imitationsprodukte oder eine widerrechtliche Verwendung des Namens auf Europäischer Ebene geschützt.

Die Sortenorganisation Gruyère kündigt ihre Absicht an, sich weiterhin für einen weltweiten totalen Schutz des Namens im Rahmen der WTO einzusetzen.

Sommer 2010: Die europäische Kommission erlässt einen negativen Vorentscheid zum Gesuch um Anerkennung einer AOP für den französischen Gruyère. Sie bemängelt, dass die Produktionsbedingungen für den Gruyère in Frankreich nicht den reglementarischen europäischen Bedingungen entsprechen. Insbesondere wird festgehalten, dass das Gebiet, in dem Gruyère gelagert und affiniert wird, weit über dessen Produktionszone hinaus reicht. Sie schlägt den Franzosen vor, sich den geschützten, geographischen Angaben (GGA-IGP) zuzuwenden. Diese weniger anspruchsvolle Bezeichnung sichert etwa den gleichen Schutz zu, wie die AOP. Die Franzosen akzeptieren diesen Vorschlag.

Ab Herbst 2010: Es erfolgt die Ratifizierung des Abkommens durch die Parteien.

2011: In Kraft treten des Abkommens.



Appellation d'origine contrôlée

Spezialitäten mit Ursprungsgarantie



Jacques Chavaz, stellvertretender Direktor des BAL und wichtigster Schweizer Unterhändler

Kommentar

Das Bundesamt für Landwirtschaft, das Volkswirtschaftsdepartement und der Bundesrat haben in der Frage der Anerkennung der geschützten Ursprungsbezeichnungen auf europäischer Ebene einen entscheidenden Vorsprung errungen. Das unterzeichnete Abkommen wird in Kraft treten, sobald es durch die beiden Parteien, Europa und Schweiz, ratifiziert ist. Wir wagen zu glauben, dass dies in der ersten Hälfte des Jahres 2011 geschehen wird. Doch selbst wenn dieser Ablauf nach Plan erfolgt, werden wir unseren Kampf für die vollständige und weltweite Anerkennung im Rahmen der WTO weiterführen. Es wird auch darum gehen, diesem Abkommen den nötigen Respekt zu verschaffen, gibt es doch täglich Personen, die sich auf anderer Leute Kosten, Vorteile verschaffen wollen. Es wird ein langdauernder Prozess sein, damit die kommenden Generationen von intakten und anerkannten Produkten profitieren können, die nebst einem Einkommen zu garantieren, auch ihren Platz auf dem Markt finden. Dies zum Wohle der Konsumenten von morgen.

Philippe Bardet
Director

Die nächste Etappe ist die WTO. Wie läuft es dort?

Es ist noch nicht der Schutz der speziellen Produkte, der dort zur Debatte steht. Das Ziel besteht heute vielmehr darin, den Schutz der geographischen Angaben auf das gleiche Niveau zu heben, wie es bereits heute für Weine und Spirituosen besteht. Es ist ein sehr delikates Geschäft mit ungewissem Ausgang. Wir brauchen vor allem Zeit, um im Rahmen der WTO ein greifbares Resultat zu erzielen. Die Etappe, die wir soeben mit der EU, unserem wichtigsten Handelspartner zurückgelegt haben, erscheint unter diesem Aspekt noch wichtiger. Wenn wir aber das Netz der gegenseitigen Anerkennung ausweiten wollen, werden wir uns zweifellos überlegen müssen, mit anderen Partnern bilaterale Verhandlungen zu führen. Die EU hat sich bereits dazu entschieden, dies zu tun.

Der Gruyère AOC wird also nicht schon morgen einen weltweiten Schutz geniessen!

Es ist so, dieser Schritt wird innerhalb der WTO sehr viel Zeit beanspruchen. Der weltweite Schutz des Gruyère AOC und aller Schweizer AOC-IGP bleibt mehr als unsicher. Glücklicherweise haben wir mit Europa diesen Schritt getan!

AOC? AOP? Die Europäer sprechen eher von AOP; die Schweizer hingegen von AOC. Warum gibt es zwei Benennungen für dieselbe Sache?

Selbst in der europäischen Union ist die Praxis unterschiedlich. Gewisse Länder verwenden den Ausdruck AOP (Appellation d'Origine Protégée), andere bevorzugen den Ausdruck AOC (Appellation d'Origine Contrôlée). Der offizielle, in Brüssel angewandte Ausdruck ist AOP. Die schweizerische Gesetzgebung lässt beide Varianten zu. Bei uns wird der Ausdruck AOC, da er am bekanntesten ist, am meisten verwendet. Es wäre allerdings wünschenswert, die Terminologie zu vereinheitlichen, um jegliche Verwechslung auszuschliessen. Ein kleines Detail nur, das aber seine Bedeutung hat!



Le Gruyère AOC

le plus connu des fromages suisses



Lorsqu'on leur demande s'ils connaissent un fromage à pâte dure ou mi-dure, 81 Suisses sur 100 déclarent spontanément « le Gruyère » ou « der Greyerzer ». Avec une telle notoriété, notre fromage ressort en tête du classement des dénominations citées lors d'un sondage réalisé hors d'une période de campagne de publicité par l'Institut M.I.S Trend à la demande de l'IPG. 72 % des personnes interrogées disent encore manger régulièrement du Gruyère AOC et ceci, notamment parce que son goût leur plaît. Bref, notre fromage a toujours le vent en poupe. Preuve que notre constant engagement pour lui conférer la meilleure des qualités et la meilleure des visibilités possibles s'avère payant. Aperçu des résultats de cette enquête des plus intéressantes.

Si le Gruyère AOC vient en tête du classement de la notoriété spontanée devant l'Emmental qui obtient 78 %, il doit accepter l'égalité avec ce fromage lorsqu'il s'agit de la notoriété globale. 99 % des Suisses répondent oui aux deux dénominations lorsqu'ils doivent dire si tel ou tel nom correspond à un fromage. Lors de ce

sondage conduit par l'Institut M.I.S. Trend auprès de 806 personnes représentatives de la diversité de la Suisse, il a été demandé aux Suisses allemands s'ils avaient remarqué le remplacement du nom « Greyerzer » par « Gruyère AOC ». Petite surprise, 70 % des Alémaniques ne l'avaient pas noté. Cependant, une fois informés, 92 % des sondés ont fait savoir que le changement ne les dérangeait pas.

Confusion sur les variétés

Si le nom de Gruyère ne pose aucun problème en Suisse, il n'en va pas de même en ce qui concerne les variétés. Les 742 consommateurs de notre fromage ont été invités à donner les noms des variétés qu'ils connaissaient. 55 % ont indiqué « doux », 35 % parlent de « corsé », 22 % de « mi-salé » et 16 % de « salé ». Les autres dénominations n'obtiennent guère de citations. En revanche, les personnes incapables de donner une seule variété représentent 37 % de l'ensemble ! Un indice qu'il serait sans doute utile de resserrer les dénominations.

Gruyère et AOC

Le Gruyère a obtenu l'AOC voilà 10 ans. Pourtant, il n'y a mise en lien direct entre les deux que pour 4 Suisses sur 10. D'abord parce qu'une partie de la population ne connaît pas encore l'AOC (plus de 40 %). Ensuite parce que bien des personnes sondées ne savent pas que le Gruyère est AOC, notamment en Suisse allemande. En effet, si 68 % des Romands font la relation, la proportion tombe à 30 % de l'autre côté de la Sarine. A souligner tout de même les progrès remarquables réalisés en 4 ans. En 2006, la proportion était de 56 % en Suisse romande et de 17 % en Suisse alémanique.

Quand une personne veut acheter du Gruyère AOC, elle se rend de préférence dans une grande surface (67 %), souvent par commodité, parce que c'est là qu'elle fait ses autres courses. Dans 17 % des cas, elle opte pour une fromagerie ou une laiterie, parce qu'elle recherche la qualité ou le conseil. On relèvera avec intérêt que l'achat de Gruyère AOC ne dépend que peu des actions. 75 % des consommateurs disent qu'ils en achètent, action ou pas, contre 22 % qui répondent « plutôt en action ».

Dans la foulée, 83 % des acheteurs affirment ne jamais attendre une action pour faire leurs emplettes de Gruyère AOC.

Consommé au naturel

Comment et pourquoi le Gruyère AOC est-il consommé ? De préférence à la main, disent 92 % des personnes qui en consomment. 62 % l'apprécient dans les plats cuisinés et 53 % en fondue. Le succès du Gruyère AOC est dû avant tout à son goût. 85 % des personnes interrogées mettent la saveur de notre pâte dure en avant. Ce « parfum d'excellence » est renforcé par le deuxième critère cité spontanément : la qualité. Autant dire que le travail inlassable de toute la filière pour garantir un produit hors du commun trouve ici sa totale justification.

Une image très positive

Globalement, l'image du Gruyère AOC est excellente. On aime le voir sur un plateau. On estime qu'il s'agit d'un produit de tradition et de grande qualité. Il a du caractère et on le trouve facilement sur les étals. Que demander de plus ? Pas grand-chose si ce n'est que trois opinions s'avèrent un

peu moins agréables à entendre. 54 % des personnes qui expriment leur avis disent que le Gruyère AOC est cher ; un fait qui est contredit par les comparaisons de prix entre fromages. 51 % d'entre elles pensent que nous produisons un fromage industriel ; elles expliquent cette croyance par le fait que notre pâte dure est disponible partout et qu'elle doit de ce fait être produite en grandes quantités ; certaines personnes estiment aussi que, de nos jours, tout est devenu industriel. Enfin, 49 % disent que l'image du Gruyère AOC n'est pas particulièrement moderne et dynamique ; ici, c'est affaire d'opinion, mais cela va plutôt à l'encontre de l'image que la filière entend donner de son fromage.

Il est essentiel de tenir compte de ces opinions pour définir les choix stratégiques futurs de l'IPG. Il y a lieu de travailler certains axes pour faire évoluer certaines croyances qui ne correspondent pas à la réalité ou à l'image que l'on veut donner.

Le slogan

Voilà deux ans que le slogan « N'oublie jamais d'où il vient » a été remplacé par « La vraie nature, ça calme ». Force

est de constater que la nouvelle version a de la peine à s'implanter dans les esprits. « N'oublie jamais » reste le slogan du Gruyère AOC pour 59 % des personnes interrogées.

17 % désignent « La vraie nature », alors que 2 % répondent « les deux ». Les 22 % restant ne connaissant ni l'un ni l'autre.

Le sponsoring

Le Gruyère AOC soutient, depuis ses débuts, diverses manifestations sportives ainsi que Fribourg Gottéron. Cet appui reste relativement peu connu. 27 % savent que le Gruyère AOC est un sponsor des courses de ski, 19 % de Fribourg Gottéron, 17 % du Tour de Suisse, 15 % du Tour de Romandie. Ceux qui connaissent le soutien du Gruyère AOC aux championnats de curling sont 8 %, au Paleo Festival 5 %, aux Championnats d'Europe d'athlétisme 4 % et à Athletissima 2 %. Il convient de relever que ces pourcentages sont un peu trompeurs. Par exemple pour le curling, le score peut paraître modeste. Mais pour les spectateurs de ce sport, la présence du logo lors des émissions télévisées est réellement régnante. Il faut



noter également que cette enquête a été réalisée à une période où aucune manifestation d'envergure soutenue par le Gruyère AOC n'avait lieu. Il est évident que l'effort publicitaire dont le sponsoring est partie intégrante doit se poursuivre pour garder très haute l'image générale du Gruyère AOC et par là encourager sa consommation.

L'impact de la publicité et du sponsoring

Les diverses campagnes de publicité menées par le Gruyère AOC ont eu un impact sur près de la moitié des personnes interrogées. 46 % se souviennent avoir vu de la publicité, certaines pouvant citer plusieurs des médias utilisés. Quant aux souvenirs qui restent du spot TV, le fromage se détache nettement devant le logo, la vache et le jeune homme concernant le sponsoring enfin, celui-ci est jugé de façon globalement positive. Seule une minorité de personnes (30 %)

estime que le sponsoring n'améliore en rien l'image du Gruyère AOC. Pour les plus favorables à cette forme de publicité, le sponsoring du Gruyère AOC apporte une forme de soutien à diverses activités suisses, il rend notre fromage plus sympathique et plus proche des gens.

Au final, les excellents résultats de cette étude pourraient laisser penser qu'il n'y a rien à faire d'autre que de se reposer sur nos lauriers. Mais on le sait, en matière de consommation, les habitudes peuvent vite changer, les parts de marché s'effriter et la notoriété reculer. Il était donc important de se pencher sur ce qui a été fait durant ces 10 dernières années et sur ce qui pourrait être réalisé pour améliorer encore l'acquis. C'est l'objet de l'article que vous découvrirez à la page 17.



Gruyère AOC, der bekannteste aller Schweizer Käse

Fragen wir 100 Schweizer, ob sie einen Hart- oder Halbhartkäse kennen, geben deren 81 die spontane Antwort „Gruyère“ oder „Greyerzer“. Gemäss einer durch die Sortenorganisation Gruyère in Auftrag gegebenen Meinungsumfrage durch das Institut M.I.S.Trend, erreichte unser Käse diesen hohen Bekanntheitsgrad, und er erscheint damit an der Spitze der in der Befragung vorkommenden Käsesorten. 72 % der befragten Personen gaben an, regelmässig Gruyère AOC zu konsumieren, und dies vor allem, weil ihnen dessen Geschmack zusagt. Kurz, unser Käse erfreut sich eines regen Zuspruchs. Unsere ständigen Bemühungen, ihn in der besten Qualität und mit der grösstmöglichen Werbeunterstützung anzubieten, scheinen sich auszuzahlen. Nachstehend die Resultate der sehr interessanten Umfrage.

Bei der spontanen Befragung erscheint der Gruyère AOC an der Spitze des Bekanntheitsgrades vor dem Emmentaler mit 78 %. Geht es jedoch um den generellen Bekanntheitsgrad, muss der Gruyère AOC den ersten

Platz mit dem Emmentaler teilen. Mit 99 % antworten die Schweizer zustimmend auf die Frage, ob die Namen Emmentaler und Gruyère für eine Käsesorte stehen. Das Institut M.I.S.Trend befragte 806, Schweizer Verhältnisse repräsentierende, Personen. Unter anderem wurden die Deutschschweizer gefragt, ob sie die Umbenennung des Namens „Greyerzer“ durch „Gruyère AOC“ bemerkt hätten? Kleine Ueberraschung: 70 % der Deutschschweizer haben die Aenderung nicht wahrgenommen. Immerhin, einmal darüber informiert, geben 92 % der Befragten an, dass diese Aenderung nicht störe.

Verwirrung bei den Geschmacksrichtungen

Der Name Gruyère ist in der Schweiz gut eingeführt und bietet keine Probleme. Bei den Geschmacksrichtungen ist dies ganz anders. 742 Gruyère-Konsumenten wurden eingeladen, die Bezeichnung der Ihnen bekannten Geschmacksrichtungen zu nennen. Deren 55 % antworten mit „mild“; 35 % sprechen von „rezent“; 22 % geben „halb-salzig“ und 16 % gesalzen an. Andere Bezeichnungen werden kaum genannt. Erstaunlich ist, dass

37 % der Befragten keine Angaben zu den Geschmacksrichtungen machen können! Ein Hinweis darauf, dass es ohne Zweifel nützlich sein könnte, diese Bezeichnungen für die Geschmacksrichtungen künftig zu festigen.

Gruyère und AOC

Heute vor 10 Jahren hat der Gruyère sein AOC erhalten. Und trotzdem: nur 4 von 10 Schweizern kennen die direkte Verbindung zwischen diesen beiden. Dafür gibt es zwei Gründe: Ein Grossteil der Bevölkerung kennt die AOC noch nicht (mehr als 40 %). Vor allem aber wissen die Befragten der Deutschschweiz noch nicht, dass der Gruyère über eine AOC verfügt. Während 68 % der Romands diese Beziehung kennen, haben nur 30 % der befragten Deutschschweizer darüber Kenntnisse. In den letzten vier Jahren gab es wohl beachtliche Fortschritte, betrug doch im 2006 der Anteil in der Romandie 56 % und in der Deutschschweiz erst 17 %. Will jemand Gruyère AOC kaufen, begibt er sich mit Vorliebe in ein Einkaufs-Zentrum (67 %), meistens weil's am bequemsten ist und noch andere Einkäufe zu erledigen sind.



In 17 % der Fälle wird jedoch die Käseerei oder die Milchzentrale bevorzugt, weil sowohl Qualität und Beratung geschätzt werden. Interessant ist die Feststellung, dass der Kauf von Gruyère AOC kaum von Aktionen abhängt. Die Konsumenten kaufen ihn (75%), ob Aktionen durchgeführt werden oder nicht, während 22 % antworten, doch eher bei Aktionen zuzugreifen, gleichzeitig jedoch anfügen (83%) nicht auf eine Aktion zu warten, um Gruyère AOC zu kaufen.

Gegessen wird von Hand

Wie und warum wird Gruyère AOC gegessen? Mit Vorliebe von Hand, sagen 92 % der Gruyère konsumierenden Personen. 62 % schätzen ihn in gekochten Speisen und 53 % als Fondue. Der Erfolg des Gruyère AOC ist vor allem auf den Geschmack zurückzuführen, was 85 % der befragten Personen hervorheben, und dieses hervorragende Resultat wird durch ein weiteres, spontan genanntes Kriterium verstärkt, die Qualität. Für uns bedeutet dies, dass die unermüdliche Arbeit der ganzen Sortenorganisation, um die Herstellung dieses aussergewöhnlichen Produktes zu garantieren,

seine volle Berechtigung hat.

Ein positives Erscheinungsbild

Generell gesehen, hat der Gruyère AOC ein sehr erfreuliches Erscheinungsbild. Er ist beliebt auf den Käseplatten und ist als ursprüngliches Produkt von hoher Qualität sehr geschätzt. Ein Käse mit Charakter – was will man mehr? Nicht viel, ausser drei Meinungen aus der Umfrage, die wir weniger gern hören. Immerhin 54 % der Befragten erklären, dass der Gruyère AOC teuer ist, eine Feststellung, die durch den Preisvergleich mit anderen Käsesorten widerlegt werden kann. 51 % glauben, dass wir den Käse industriell herstellen. Einige sind der Ansicht, dass heute alles einem industriellen Wandel unterliegt und 49 % meinen, dass der Gruyère AOC heute nicht als besonders zeitgemäss und dynamisch erscheint. Es sind das persönliche Meinungen von Einzelnen, die jedoch nicht in die Richtungen zielen, wie sie die Sortenorganisation vermitteln möchte.

Es ist wichtig, diese Meinungsäusserungen in künftige Ueberlegungen über die Strategie einfließen zu lassen und es wird notwendig sein, in

verschiedene Richtungen zu arbeiten, um vorhandene, unrichtige Meinungen im gewünschten Sinne zu verändern.

Werbeprosch

Vor zwei Jahren wurde der Slogan „Vergiss niemals, von wo er kommt“ durch das Schlagwort „Die wahre Natur beruhigt“ ersetzt. Heute stellen wir fest, dass der neue Slogan Mühe hat, bei den Konsumenten haften zu bleiben. „Vergiss niemals“ bleibt für 59 % der befragten Personen der Werbeprosch für Gruyère AOC, für 17 % ist es „Die wahre Natur beruhigt“ während 2 % beide Werbeprosche als gut erachten. Die restlichen 22 % kennen weder den einen noch den andern.

Sponsoring

Seit Beginn des Bestehens unterstützt Gruyère AOC verschiedene Sportveranstaltungen sowie den HC Fribourg Gottéron. Diese Unterstützung ist relativ wenig bekannt. 27 % der Befragten wissen, dass Gruyère AOC als Sponsor von Skirennen auftritt, den HC Fribourg Gottéron (19%), die Tour de Suisse (17 %), und

die Tour de Romandie (15 %) unterstützt. Von der Unterstützung durch Gruyère AOC der Curlingmeisterschaften haben 8 %, dem Paleo Festival 5 %, den Europameisterschaften der Leichtathletik 4 % und der Athletissima 2 % Kenntnis.

Diese Angaben könnten allerdings etwas täuschen. Die Zahlen für das Curling beispielsweise scheinen eher bescheiden. Für die Zuschauer dieser Sportart prägt sich indes das Logo während den Uebertragungen fest ein. Zu erwähnen ist auch, dass während der Zeit der Befragung keine wichtigen, durch Gruyère AOC unterstützten, Veranstaltungen stattfanden. Die Anstrengungen für die Öffentlichkeitsarbeit, die auch das Sponsoring beinhaltet, müssen weitergeführt werden, um das generell hohe Image des Gruyère AOC zu halten und den Konsum zu unterstützen.

Wirkung von Werbung und Sponsoring

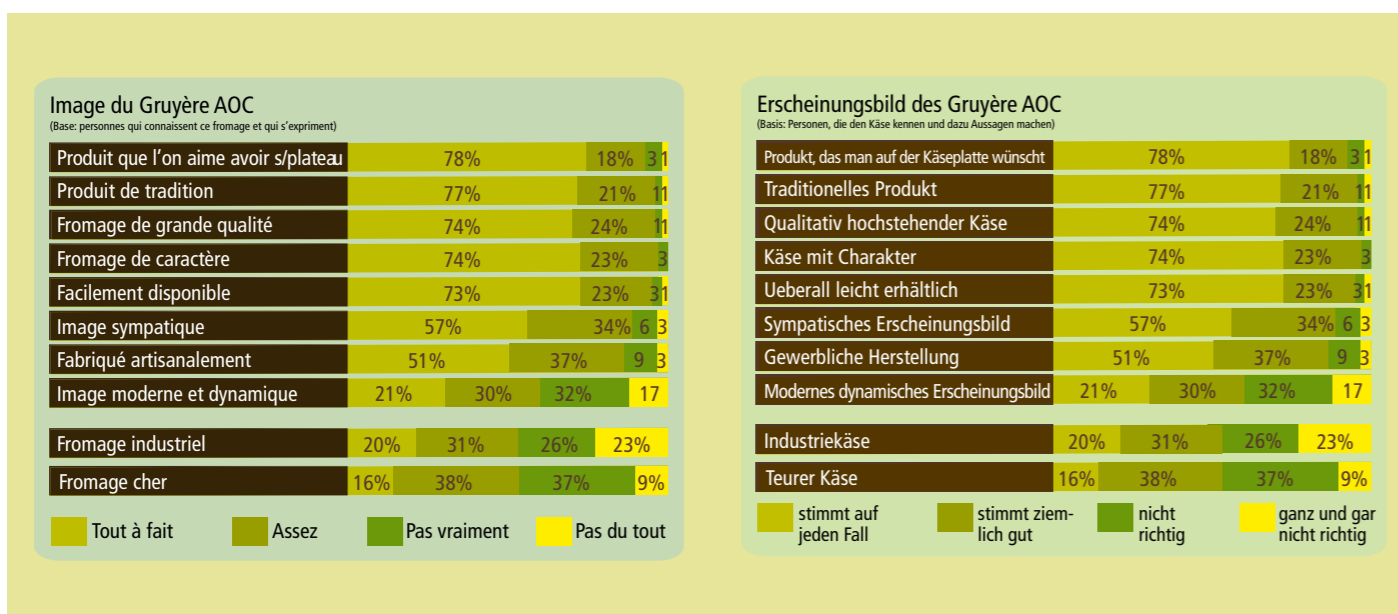
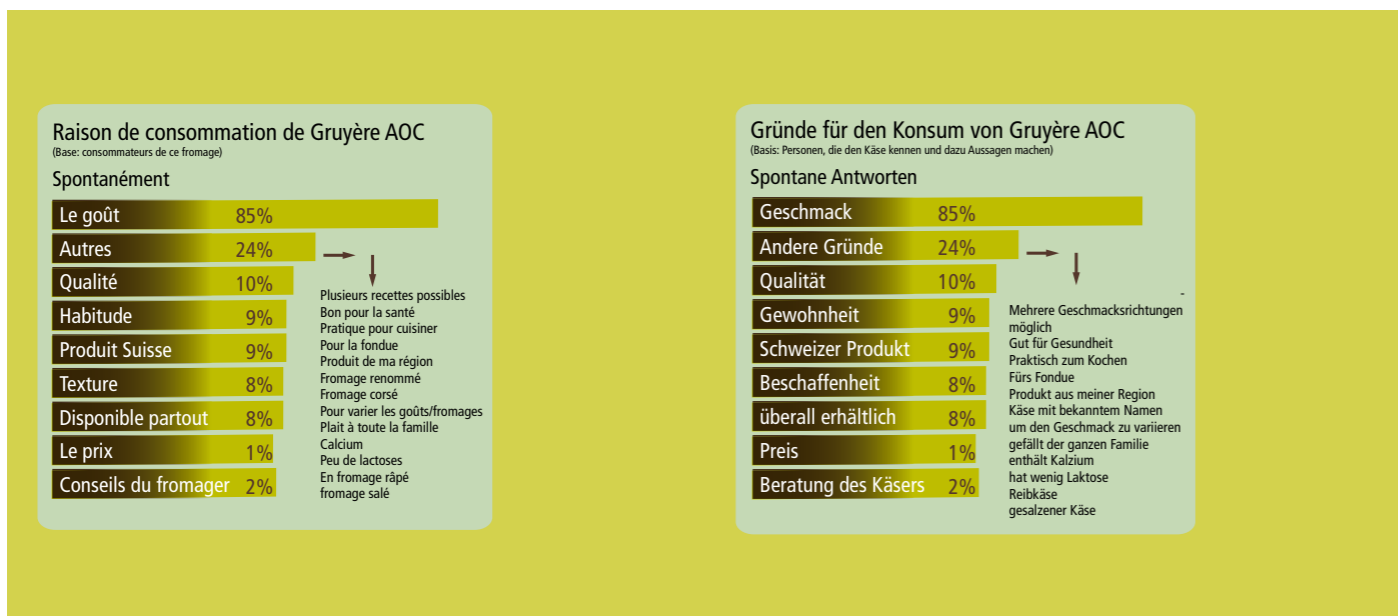
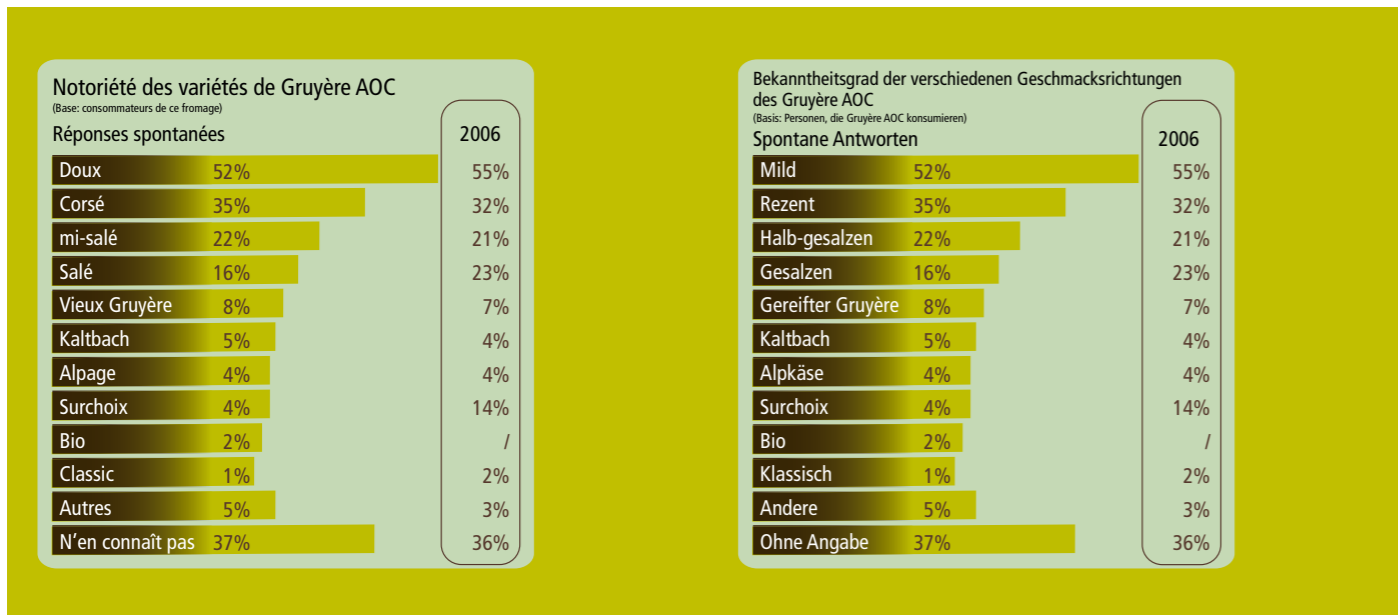
Generell wird das Sponsoring positiv eingeschätzt. Nur eine Minderheit von 30 % glaubt, dass es in keiner Weise das Erscheinungsbild des Gruyère AOC verbessert. Für die Personen, die diese Art der Werbung positiv sehen,

bringt das Sponsoring verschiedenen Schweizer Sportarten willkommene Unterstützung, macht den Käse sympathischer und bringt ihn den Leuten näher.

Die ausgezeichneten Resultate dieser Befragung könnten uns dazu verleiten, nichts anderes zu tun, als sich auf unseren Lorbeeren auszuruhen. Wir wissen jedoch, dass sich die Gewohnheiten bei den Konsumenten schnell ändern, der Bekanntheitsgrad sich verringern und die Marktanteile sinken können. Also ist es wichtig, sich zu fragen, was in den letzten 10 Jahren alles realisiert wurde und Ueberlegungen anzustellen, was künftig zu unternehmen ist, um das bisher Erreichte, zu verbessern. Dies ist jedoch Gegenstand des nächsten Artikels.



LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND 



Affiner la stratégie et rester ambitieux

Produire 30'000 tonnes de Gruyère AOC chaque année ; maintenir une qualité exceptionnelle ; préserver un prix de vente convenable ; conserver pour le moins les parts de marché en Suisse ; les augmenter à l'étranger. Ce sont là les objectifs de la filière pour ces prochaines années. Pour atteindre ces résultats ambitieux, c'est d'abord vers le marketing qu'il convient de se tourner. En effet, à l'exception de la qualité qui reste le facteur de base sans lequel rien ne serait possible, tous les autres éléments sont du ressort du marketing. Et là, il faudra affiner la stratégie, voire modifier quelques accents, tout en sachant que la démarche AOC reste le fil conducteur de ce vaste chantier. Rapide état des lieux sur la question.

On entend parfois dire que le Gruyère AOC est tellement bon qu'il pourrait se vendre tout seul, sans effort de communication. Si la première partie de la proposition est assurément vraie, la deuxième ne l'est pas : à l'heure actuelle, plus aucun produit ne se vend sans une stratégie

marketing cohérente et solide. Pour le Gruyère AOC, les efforts consentis depuis la création de l'IPG ont permis d'asseoir la réputation de notre pâte dure dans sa zone de production, dans le reste de la Suisse et même, partiellement, à l'étranger. Si l'on s'en tient à la Suisse, le bilan de notoriété mené par M.I.S Trend (voir page 16) prouve que le Gruyère AOC est connu de la totalité de la population suisse. Mieux, le classement des marques établi par l'agence de communication Young Rubicam place systématiquement notre fromage dans le peloton de tête des marques les plus connues, avec Migros, Rivella, McDonald's ou Elmex, par exemple. Résultat : le Gruyère AOC figure de façon quasi systématique dans tous les assortiments de fromages. De plus, la tendance des ventes reste à la hausse, malgré le léger tassement de ces deux dernières années en Suisse.

Pour autant, la réflexion marketing doit se poursuivre, si nous voulons garder notre place de leader en Suisse et améliorer notre présence à l'étranger. Jusqu'à aujourd'hui, l'IPG a adopté une stratégie de com-

munication qui promeut le logo et qui valorise en même temps le fromage, les hommes et les femmes qui le produisent ainsi que le terroir où il puise son origine. En un mot, nous avons montré que le Gruyère AOC a une âme et qu'il y a un rapport émotionnel entre lui, la filière et les consommateurs. A l'avenir, nous pourrions axer également sur la qualité qui est la nôtre, la proximité de la fabrication, la production artisanale du Gruyère AOC et le savoir faire de toute la filière. Autant de valeurs qu'il serait également possible de prôner à l'étranger (à l'exception de la proximité, bien sûr).

Poursuivant l'analyse, nous pouvons nous demander ce qui a conduit au léger recul des ventes en Suisse ces deux dernières années. Est-ce le client qui achète moins souvent ? Y a-t-il moins de nouveaux clients ? Les portions distribuées dans les emballages sous vide ont-elles vu leur poids diminuer ? Les données précises sur la consommation manquent pour se faire une réelle opinion. En revanche, l'étude de M.I.S Trend révèle quelques aspects intéressants

La qualité est jugée très positivement par les personnes interrogées ; le prix ne représente pas du tout un obstacle à l'achat ; les clients insatisfaits sont très rares. Dans cet esprit, et pour trouver de nouvelles pistes, on peut établir un bilan des forces et des faiblesses relatives à la promotion de notre fromage.

Forces

- excellente image dans le public;
- disponibilité;
- qualité reconnue;
- produit 100 % naturel;
- palette de variétés convenant à tous les goûts;
- production artisanale et décentralisée;
- filière solidement organisée;
- potentiel de vente en hausse à l'étranger.

Faiblesses

- risque d'une certaine rigidité dans le système de contrôle mis en place;
- généralisation trop lente de la marque « Le Gruyère AOC Switzerland » au sein de la filière;
- valorisation des labels maison dans certains commerces au détriment de la marque « Le Gruyère AOC Switzerland »;
- Image parfois perçue comme industrielle;
- Parfois un peu de réticence dans le sentiment d'adhésion à la filière chez les producteurs.

De ces forces et faiblesses, il découle un certain nombre de menaces et quelques opportunités, dont voici les essentielles :

Menaces

- arrivée possible de concurrents étrangers sur le même créneau

(Beaufort, Comté,...);

- arrivée possible de concurrents suisses et étrangers vendant des pâtes dures à bas prix;
- unité de la filière parfois fragile;
- manque de relève dans toute la filière;
- évolution de la politique laitière;
- pression sur une mécanisation accrue qui pourrait avoir une influence négative sur la qualité.

Opportunités

- marchés étrangers non saturés;
- nouveaux moyens de communication efficaces et moins institutionnels;
- clientèle à la recherche de produits naturels et authentiques;
- nouveaux emballages, nouvelles formes de coupe envisageables;
- Evolution du marché alimentaire avec de plus en plus de produits intégrant du Gruyère AOC.

En se basant sur nos forces et sur les opportunités qui sont les nôtres, il est possible de mettre en place un certain nombre de mesures qui répondent aux objectifs suivants :

- le renforcement de la cohésion et du sentiment d'appartenance au sein de la filière;
- la recherche constante d'un excellent niveau de qualité;
- le maintien des prix;
- l'augmentation à 30'000 tonnes de la production grâce à un effort de marketing dans la zone de production, en Suisse et à l'étranger.

Sans dresser un catalogue complet des propositions avancées, on peut en citer quelques-unes :

- la mise en place généralisée et bien visible des logos Le Gruyère AOC partout où se trouvent les membres de la filière, produc-

- teurs, fromageries, caves d'affinage, logos également apposés dans les lieux de vente;
- maintien de la ligne et de l'esprit du cahier des charges;
- maintien du suivi qualitatif;
- élaboration du guide des bonnes pratiques de l'élaboration du Gruyère AOC par un groupe qualité (délai juin 2011);
- réflexion sur la standardisation des noms des différentes variétés mi-salé, doux,...
- poursuite de la politique de communication actuelle, avec la publicité, les relations publiques et le sponsoring.

Aujourd'hui, sur le total du budget de l'IPG, 41 % sont consacrés au marketing. La proportion est importante. Mais aujourd'hui, c'est à ce prix que le Gruyère AOC peut assurer sa présence en Suisse et à l'étranger. Les mesures visant au maintien de la qualité sont évidemment essentielles. Mais c'est en faisant connaître cette qualité, en mettant en évidence les caractéristiques exceptionnelles de notre produit que nous pourrions maintenir et, espérons-le, développer les quantités vendues. Le Gruyère AOC est le roi des fromages, nous en sommes convaincus. Profitons de chaque occasion pour le faire savoir !



Strategie verfeinern und ehrgeizig bleiben

Pro Jahr 30'000 Tonnen Gruyère fabricieren, eine sehr hohe Qualität beibehalten, annehmbare Preise erzielen, den Marktanteil in der Schweiz wenigstens halten und diesen im Ausland ausbauen - das sind die Ziele der Sortenorganisation für die nächsten Jahre. Vor allem mit Hilfe eines effizienten Marketings, können wir diese ehrgeizigen Resultate erreichen. Mit Ausnahme einer hohen Qualität, ohne die kein Erfolg möglich sein wird, sind alle anderen Elemente Teile des Marketings. Hier müssen wir künftig unsere Strategie verfeinern und einige Akzente verändert setzen. Die Anlehnung an die AOC wird jedoch unser Leitfaden für alle Massnahmen des Marketings bleiben. Nachfolgend ein kurzer Ueberblick zu dieser Fragestellung.

Oft hören wir: Der Gruyère ist so gut, dass er sich ohne weitere Anstrengungen zu unternehmen, selbst verkaufen würde! Wenn wir dem ersten Teil dieser Aussage gerne beipflichten, so ist deren zweiter Teil falsch. Heute verkauft sich kein Produkt mehr, ohne über eine solid durchdachte Marketingstrategie zu verfügen.

Die seit der Gründung der Sortenorganisation unternommenen Anstrengungen haben den guten Ruf des

Gruyère AOC im Produktionsgebiet, in der Schweiz und teilweise auch im Ausland verbreitet. Betrachten wir allein die Schweiz, so beweist der durch M.I.S. Trend ermittelte Bekanntheitsgrad (siehe Seite 16), dass der Gruyère AOC bei der gesamten Schweizer Bevölkerung ein Begriff ist. Noch besser: innerhalb des durch die Kommunikations-Agentur Young Rubicam erstellten Markenklassments wird der Gruyère AOC jeweils in der Spitzengruppe der bekanntesten Marken wie: Migros, Rivella, McDonald's oder Elmex, geführt. Das heisst: Der Gruyère AOC findet sich praktisch systematisch in jedem Käsesortiment. Tendenziell dürften die Verkäufe auch weiterhin ansteigen, trotz des leichten Rückgangs in der Schweiz während den letzten zwei Jahren.

Die Marketingaktivitäten müssen weiter ausgebaut werden, wenn wir unseren Spitzenplatz in der Schweiz halten und im Ausland weiter wachsen wollen. Bis heute hat die Sortenorganisation eine Strategie der Kommunikation angewandt, die das Logo und gleichzeitig den Käse selbst, die Männer und Frauen, die ihn herstellen, sowie die Gegend, wo er herkommt, hervorhebt. Kurz, wir haben gezeigt, dass der Gruyère AOC auch ein Innenleben hat, und dass es eine emotionale Bindung zwischen ihm selbst, der Sortenorganisation und

den Konsumenten gibt. Wir werden künftig auch auf unsere hohe Qualität, die Nähe zur Fabrikation, die gewerbliche Herstellung und das grosse Fachwissen der ganzen Sortenorganisation bauen können. Das sind Werte, die wir auch im Ausland (mit Ausnahme der Nähe zur Produktion natürlich) ausspielen können.

Bei der Analyse müssen wir uns fragen, welche Gründe in den zwei letzten Jahren in der Schweiz zu Verkaufsminderungen geführt haben könnten? Ist es der Kunde, der weniger oft einkauft? Gibt es weniger neue Kunden? Sind die Gewichte der unter Vakuum verpackten Portionen verringert worden? Um sich eine klare Meinung zu bilden, fehlen uns die genauen Angaben über die Einkaufsgewohnheiten. Hingegen zeigt die Studie der M.I.S. Trend einige interessante Aspekte: Die Qualität wird von den befragten Personen in sehr positivem Sinne erwähnt und der Preis stellt in keiner Weise ein Kaufhindernis dar. Unzufriedene Kunden sind sehr selten. Um neue Wege für die Verkaufsförderung zu finden, kann für unseren Gruyère AOC eine Bilanz der Stärken und Schwächen erstellt werden.

Stärken

- Ausgezeichnetes Image in der Öffentlichkeit;
- Immer erhältlich;
- Anerkannte hohe Qualität;
- Hundertprozentiges Naturprodukt;
- Palette der Geschmacksrichtungen für alle;
- Gewerbliche, dezentralisierte Produktion;
- Solid organisierte Sortenorganisation;
- Steigendes Verkaufspotential im Ausland.

Schwächen

- Risiko einer gewissen „Härte“ innerhalb des eingeführten Kontrollsystems;
- Zu langsame Verbreitung der Marke „Gruyère AOC Switzerland“ innerhalb der Sortenorganisation;
- Einführung eigener Labels in verschiedenen Handelskanälen zu Lasten von „Gruyère AOC Switzerland“;
- Das Image vermittelt manchmal ein Bild von „industriell hergestellt“;
- Bei den Produzenten manchmal reserviertes Verhalten gegenüber der Sortenorganisation.

Unter diesen Stärken und Schwächen zeigen sich gewisse Gefahren aber auch Chancen für künftige zweckmässige Massnahmen. Hier die wichtigsten:

Gefahren

- Ausländische Konkurrenten könnten in denselben Produktbereich vorstossen (Beaufort, Comté, ...);
- Möglichkeit für Schweizer und ausländische Anbieter, Hartkäse zu Tiefpreisen zu verkaufen;
- Einheit der Sortenorganisation ist manchmal etwas fragil;

- Fehlender Nachwuchs auf allen Ebenen der Sortenorganisation;
- Entwicklung der Milchwirtschafts-Politik;
- Druck zu vermehrter Mechanisierung in der Produktion, die die Qualität negativ beeinflussen könnte.

Möglichkeiten

- Nicht gesättigte ausländische Märkte;
- Neue, wirksame und weniger institutionelle Kommunikations-Möglichkeiten;
- Kunden sind auf der Suche nach natürlichen, authentischen Produkten;
- Neue Verpackungen und neue Formen für Schnittkäse sind denkbar;
- Entwicklung des Lebensmittelmarktes mit mehr und mehr Gruyère AOC ähnlichen Produkten.

Mit unseren Stärken und den von uns abgeschätzten Möglichkeiten, sollten gewisse Massnahmen mit folgenden Zielen erarbeitet werden können:

- Die Stärkung des Zusammenhaltes und des „Zusammengehörigkeitsgefühls“ innerhalb der Sortenorganisation Gruyère.
- Die konstante Suche nach Beibehaltung einer ausgezeichneten, hohen Qualität.
- Beibehalten der heutigen Produkte-Preise.
- Die Erhöhung der Produktion auf 30'000 Tonnen mit Hilfe des Marketings in der eigenen Produktionszone, der übrigen Schweiz und im Ausland.

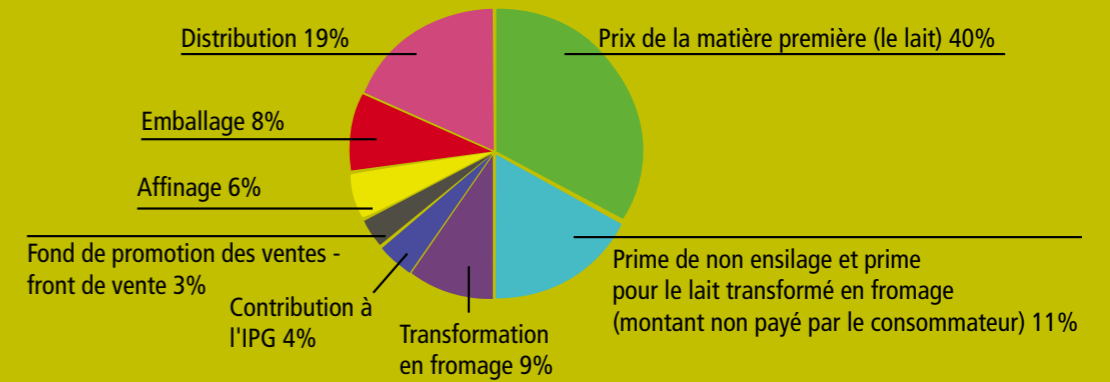
Ohne Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben, kann folgender Massnahmen-Katalog erstellt werden:

- Das generelle, gut sichtbare Aufstellen der Logos „Le Gruyère AOC“ überall dort, wo sich Mitglieder der Sortenorganisation befinden; bei Produzenten, in Käsereien, in Käsekellern und auch an den Verkaufspunkten.
- Generelle Führung im Sinn und Geiste des bestehenden Pflichtenheftes;
- Weiterführung qualitätsfördernder Massnahmen;
- Ausarbeitung eines Leitfadens der guten Herstellungspraxis für Gruyère AOC durch eine Gruppe „Qualität“ (Frist Juni 2011).
- Studium zur Standardisierung von Bezeichnungen zur Geschmacksvielfalt, wie: Halb gesalzen, mild, etc.
- Weiterführung der aktuellen Kommunikations-Massnahmen mit Werbung, der Pflege öffentlicher Beziehungen und dem Sponsoring.

Der Aufwand für das heutige Marketing entspricht einem Anteil von 41 % des Budgets der Sortenorganisation. Zu diesem Preis ist es heute möglich, dass der Gruyère AOC seine Präsenz in der Schweiz und im Ausland halten kann. Die Massnahmen zur Erhaltung der Qualität sind dabei überlebenswichtig. Indem wir diese Qualität bekannt machen und die aussergewöhnlichen Eigenschaften unseres Produktes aufzeigen, hoffen wir, den Verkauf auf hohem Niveau weiterzuführen und sogar steigern zu können. Der Gruyère AOC ist der König der Käsesorten, davon sind wir überzeugt. Nutzen wir jede Gelegenheit, darauf hinzuweisen!

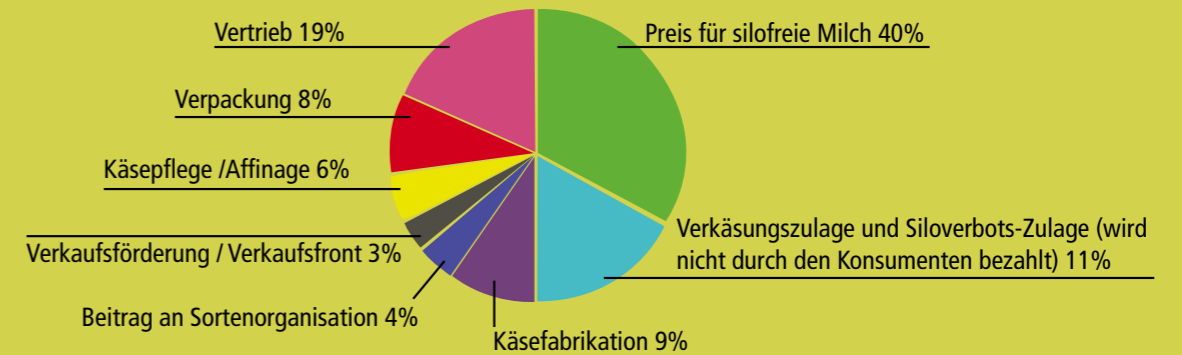


Répartition des coûts du Gruyère AOC à 5 mois



La contribution à l'IPG représente 4 % du coût du fromage à 5 mois ; la part du marketing est donc inférieure à 2 %.

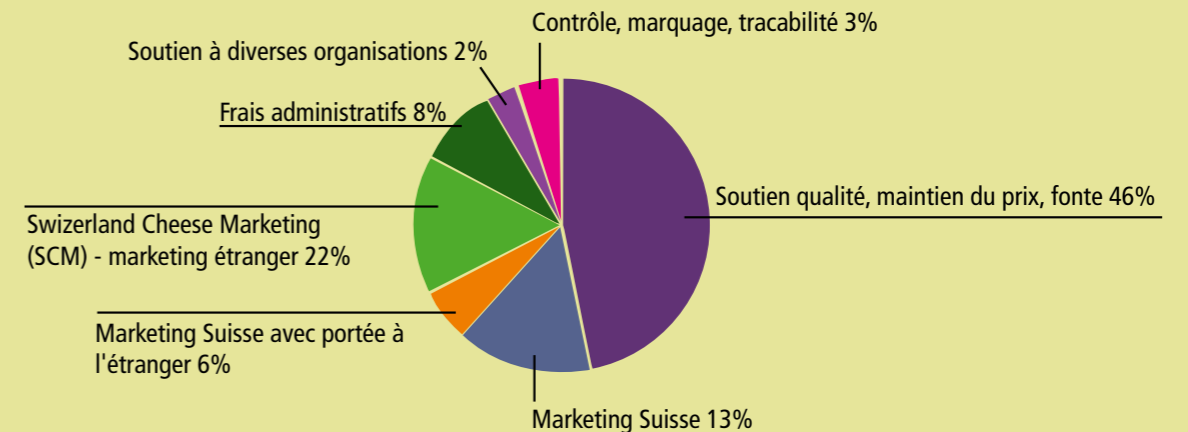
Aufteilung der Kosten für 5 Monate alten Gruyère



Der Beitrag an die Sortenorganisation beträgt für Käse von 5 Monaten 4 % der Herstellkosten.

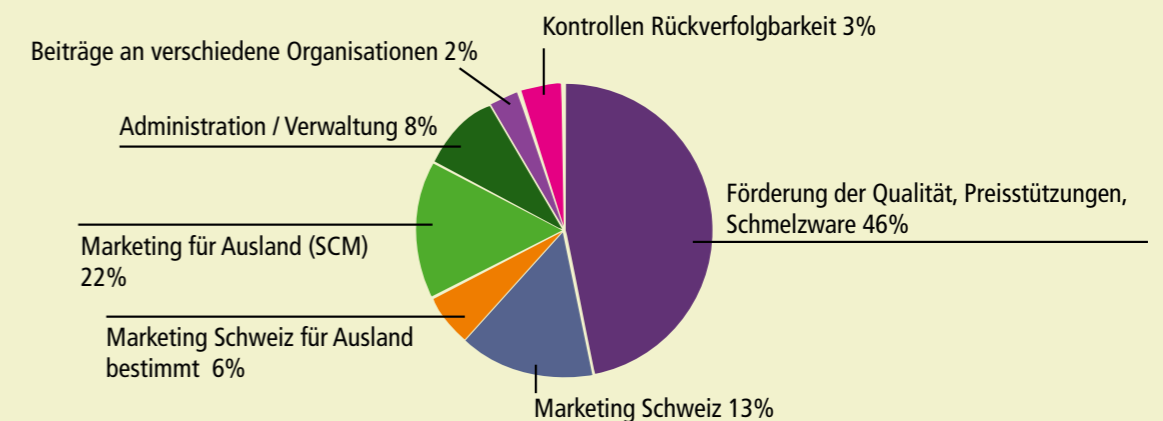
Répartition du budget global de l'IPG

y.c 2,7 millions de la Confédération pour SCM (sans les 50ct pour les soutiens aux actions en Suisse).



Aufteilung des Globalbudgets der Sortenorganisation Gruyère.

Eingeschlossen CHF 2,7 Mio. Beiträge des Bundes für SCM (ohne Zuschuss von Fr. -,50 / kg für Aktionen innerhalb der Schweiz).



La route du Gruyère AOC Suisse

En 2001, Le Gruyère est devenu une AOC. Pour fêter le dixième anniversaire de cet événement, l'Interprofession du Gruyère reconstitue en mai prochain une des routes historiques du Gruyère suisse. Il s'agit du trajet emprunté par le Gruyère au XVIe et XVIIe siècle lorsque ce fromage était exporté vers la France. Des hommes, des chevaux et des fromages referont le parcours entre la Cité comtale de Gruyères et la ville de Lyon. A l'époque, il fallait généralement entre deux et trois semaines pour relier les deux endroits. L'équipe menée par l'IPG mettra dix jours.

Pour organiser cet événement, l'IPG s'est assuré la collaboration de Patrice Borcard. Cet historien, qui connaît particulièrement bien l'histoire de la Gruyère et de son fromage, s'est intéressé aux chemins historiques du Gruyère. Le printemps dernier, il a donné une conférence à la Confrérie du Gruyère. Nous reprenez ici l'essentiel de ses propos.

Le Gruyère, dont les meules pesaient à l'époque un peu plus de vingt kilos,

était fabriqué dans des chalets d'alpage de toute la région. Il était ensuite transporté, généralement à dos de mulets ou de chevaux, vers des saloirs, puis dans des caves souvent construites dans le sous-sol des maisons. Depuis la vallée de la Jogne et la vallée de l'Intyamon notamment, la majorité des fromages passaient par Bulle et Vaulruz. Ils étaient ensuite acheminés vers Vevey et transportés par bateau vers Genève. Ceux qui avaient été produits dans la région de l'Intyamon et du Pays-d'Enhaut passaient par le col de Jaman, un chemin muletier qui n'était pas de tout repos. Il leur fallait une dizaine d'heures pour relier Montbovon à Vevey.

Un commerce florissant

Le commerce du fromage représentait au XVIe et XVIIe siècle la principale source de revenus pour la Gruyère et le Pays-d'Enhaut. Notre pâte dure était acheminée vers la France, l'Italie et l'Allemagne notamment. Les meules qui étaient transportées vers Lyon pouvaient poursuivre leur chemin en direction de Marseille, Paris, Bordeaux, La Rochelle, Orléans ou Toulon. Une commande a même été

exportée dans les « îles françaises d'Amérique ». C'est dire si le port de Vevey était très actif à l'époque. A titre d'exemple, vers 1740, pas moins de 18 500 quintaux de fromages transitaient par cette ville. Les fromages étaient déclarés au péage, puis entreposés à la Halle, située à proximité de la grande place du Marché. C'est à cette époque que, pour protéger du soleil les fromages déposés sur des bancs, on planta sur cette place une rangée de marronniers.

Voyage hasardeux sur le Léman

Pour la suite du périple, ces pâtes dures étaient placées dans des tonneaux qui voyageaient sur des barques à voiles latines. Le périple sur le Léman pouvait être hasardeux : des vents capricieux, violents provoquaient parfois des accidents. Le 23 octobre 1712, une grande barque chargée de fromages appartenant notamment à Jean Pétollaz faisait naufrage près du château de Glérolles. Le 15 novembre de la même année, c'était 3000 meules appartenant au même Pétollaz qui sombraient dans le lac. Les barques accostaient

ensuite au port du Molard, dans la ville florissante et indépendante de Genève. Les tonneaux étaient déchargés, puis les fromages étaient taxés au péage, avant d'être entreposés dans de grandes halles qui existent encore aujourd'hui. Une partie des Gruyères était vendue sur les marchés genevois. La majorité des fromages étaient installés sur le dos des mulets ou sur des chars et poursuivaient le voyage vers la France ou l'Italie.

Le Rhône et ses méandres divagants

En direction de Lyon, les convois passaient par le pont de Seyssel, en Haute-Savoie, qui étaient à cette époque le seul pont lancé sur le Rhône entre Genève et la grande ville française. Depuis cet endroit, les marchandises poursuivaient leur trajet en bateau sur Le Rhône. Les hommes déchargeaient leur cargaison et s'acquittaient des péages imposés. Puis ils embarquaient pour un trajet de 170 kilomètres sur un fleuve qui ne ressemblait en rien à ce qu'il est aujourd'hui. En effet, il n'y avait à l'époque ni digues, ni canaux de dérivation, ni écluses, ni barrages. La navigation était périlleuse : lors des grandes crues notamment, les eaux empruntaient de nouveaux méandres, elles

emportaient des troncs d'arbres, noyaient des chemins de halages. Vers Sault, la succession de trois rapides obligeait les bateliers à décharger tout ou partie de leur cargaison. Vers Miribel, sur une quinzaine de kilomètres, le Rhône changeait de tracé, multipliait ses bras et faisait échouer beaucoup de bateaux. De plus, de nombreux péages devaient être franchis.

Lyon, capitale du Gruyère

Après un périple de deux à trois semaines, voire plus, les fromages finissaient par arriver dans la deuxième ville de France. En effet, Lyon était une place commerciale et bancaire d'importance européenne. Plusieurs commerçants, courtiers et commis fribourgeois, et notamment des Gruériens, résidaient dans cette ville et défendaient leurs droits et leurs privilèges. Vers 1780, on enregistrait à Lyon 36'000 meules de fromages de Gruyère par année. Pas étonnant dès lors que Lyon a été considéré durant près de deux siècles comme la capitale du Gruyère. Ces fromages étaient appréciés, entre autres, par la marine française. Ils partaient sur des vaisseaux qui prenaient le large vers les côtes d'Afrique, les îles d'Amérique et les Indes orientales et occidentales.

De là à dire que le Gruyère fut l'un des premiers produits suisses mondialisés, il y a un pas qu'on pourrait franchir !

En reprenant ce chemin historique, l'IPG entend rappeler le travail des pionniers de ce noble produit qu'il soit producteur de lait, fromager ou commerçant. C'est en prenant des risques, mais surtout en croyant à la qualité du Gruyère que ces personnages ont permis d'obtenir l'Appellation d'origine contrôlée qui fait aujourd'hui la force de ce fromage et lui permet d'envisager l'avenir avec une certaine sérénité. Mais comme le montre ce difficile périple, rien n'est jamais acquis d'avance.



Au bord du Rhône



Image tirée du film de Bernard Muller, La route du Gruyère.



organisée par l'Interprofession du Gruyère

Déroulement du parcours

Jeudi 12 mai 2011

Départ de la Cité comtale de Gruyères.

Les chevaux batés ou attelés transportent hommes, matériel et meules.

Vendredi 13 mai

Voyage de Gruyères à Vevey

Un groupe d'hommes et de chevaux passera par la montagne, Montbovon et le col de Jaman.

L'autre passera par l'ancienne route, et traversera Bulle, Semsales, Blonay.

Samedi 14 mai

Vers 9 h 30-10 h00, arrivée sur la place du marché à Vevey (animation, dégustation de Gruyère AOC et vins locaux).

Présence de la Confrérie du Gruyère par l'intermédiaire de sa préfecture vaudoise.

Les meules sont placées dans des barriques de 400 litres pour le transport. Ces dernières sont chargées sur « La Vaudoise », l'ancienne barque du Léman destinée au transport des marchandises.

Vers 13 h 30, départ de « La Vaudoise »

Vers 17 h00, le convoi débarque à Rolle pour la nuit.

Dimanche 15 mai

7 h 30, départ de « La Vaudoise »

10 h 30, arrivée au port de Genève,

Déchargement et animation.

Présence de la Confrérie du Gruyère par l'intermédiaire de sa préfecture genevoise.

Chargement des barriques sur des chars tirés par des chevaux.

14 h 30, départ du convoi hippomobile.

Bivouac chez un paysan de Bernex.

Lundi 16 mai

Le convoi quitte Bernex, passe la frontière et s'arrête à Savigny (France)

Bivouac chez un paysan et animation fondue

Mardi 17 mai

Le convoi va de Savigny à Usinens

Bivouac dans un gîte rural.

Mercredi 18 mai

En route de Usinens à Seyssel

Déchargement des barriques et chargement sur un bateau.

Navigation sur Le Rhône de Seyssel à Lyon

Jeudi 19 mai et vendredi 20

Navigation sur Le Rhône avec passage de plusieurs écluses

Samedi 21 mai

Vers 9 h 30-10 h00, arrivée remarquée du bateau Le Rhône sur le quai Antonin-Poncet à Lyon avec les meules de Gruyère AOC à son bord.

Déchargement des tonneaux de fromages à la place Antonin-Poncet.

Défilé jusqu'à l'Hôtel-de-Ville

Dans l'après-midi, un Chapitre de la « Confrérie du Gruyère » se déroule dans les salons de l'Hôtel-de-Ville. A cette occasion, plusieurs personnalités françaises et suisses sont intronisées.

Animation sous un chapiteau monté pour l'occasion sur la Place de la République. Restaurant éphémère d'une centaine de places durant une dizaine de jours avec fondue moitié-moitié et vin suisse.

Dimanche 22 mai

Fabrication du Gruyère AOC au marché St-Antoine. Animations promotionnelles au marché des Halles à Lyon.

Mise aux enchères des fromages qui ont parcouru La Route du Gruyère.

Voilà une bonne occasion de faire découvrir ou redécouvrir le Gruyère AOC aux habitants de cette vaste région, qui sont souvent des consommateurs avisés.

Die Route des Schweizer Gruyère AOC

Im Jahre 2001 wurde dem Gruyère die AOC verliehen. Um den 10. Jahrestag dieses Ereignisses zu feiern, wird die Sortenorganisation nächsten Mai eine der historischen Routen des Schweizer Gruyère wieder erstehen lassen. Es handelt sich um den im XVI. und XVII. Jahrhundert für den Export nach Frankreich benutzten Weg. Männer, Pferde und Käse werden die Strecke zwischen der Grafenstadt Gruyères und der Stadt Lyon zurücklegen. Um diesen Weg zu bewältigen, wurden früher zwei bis drei Wochen benötigt. Die Equipe der Sortenorganisation Gruyère braucht dafür 10 Tage. Um diese Veranstaltung zu organisieren, hat sich die Sortenorganisation die Mitarbeit von Patrice Bocard gesichert. Der Historiker, der die Geschichte des Greyerzlandes und seines Käses ganz besonders kennt, hat sich für die historischen Verbindungs-Wege des Gruyère interessiert und seine Erkenntnisse im vergangenen Frühjahr vor der Gruyère-Bruderschaft dargelegt. Hier die wichtigsten seiner Ausführungen.

Die Käselaike des Greyerzers, die etwas mehr als 20 Kilo wogen, wurden damals in den Alphütten der gesamten Region produziert, anschliessend

auf dem Rücken von Maultieren oder Pferden zum Salzen gebracht und in den Kellern, welche sich meistens in den unteren Geschossen der Häuser befanden, eingelagert. Aus dem Tal der Jogne und einem Teil des Intyamon wurden die Käse über Bulle und Vaulruz geführt, schliesslich nach Vevey befördert und mit dem Schiff nach Genf transportiert.

Ein Teil des im Intyamon und im Pays-d'Enhaut hergestellten Käse wurde über den Col de Jaman, einen schwierig zu begehenden Maultierpfad, gebracht. Um den Käse über Montbovon nach Vevey zu bringen, wurden etwa zehn Stunden benötigt.

Ein blühender Handel

Für die Gegend von Gruyères und das Pays-d'Enhaut war im XVI. und XVII. Jahrhundert der Käsehandel die wichtigste Einkommensquelle. Unser Hartkäse wurde vor allem nach Frankreich, nach Italien und nach Deutschland ausgeführt. Die nach Lyon transportierten Laibe konnten weiter in Richtung Marseille, Paris, Bordeaux, La Rochelle, Orléans oder Toulon gebracht werden. Eine Bestellung wurde sogar nach den „französischen Inseln von Amerika“ ausgeführt. Der Hafen von Vevey war damals sehr ausgelastet, wurden doch um das Jahr 1740 nicht weniger

als 18'500 Zentner Käse verfrachtet. Die Käse wurden an der Zahlstelle registriert und schliesslich in der grossen Halle nahe beim Marktplatz zwischengelagert. Um die auf den Bänken gestapelten Käselaike vor der sengenden Sonne zu schützen, wurde damals eine Reihe von Maronibäumen angepflanzt.

Riskante Reise auf dem Genfersee

Für die Fortführung der Reise wurden die Hartkäse in Fässer versorgt und auf unter lateinischer Flagge segelnde Barken verladen. Die Schiffsreisen auf dem Genfersee konnten sehr riskant sein. Heimtückische Winde verursachten oft Unglücksfälle. Am 23. Oktober 1712 erlitt eine grosse, mit Käse beladene Barke von Jean Pétollaz in der Nähe des Schlosses Glérolles Schiffbruch. Am 15. November desselben Jahres verlor der gleiche Besitzer weitere 3'000 Laibe, die im See versanken. Die Barken legten schliesslich im Hafen von Molard an, einer blühenden, jedoch von Genf unabhängigen Stadt. Die Fässer wurden entladen, der Käse in den Zahlstellen taxiert, bevor sie in den Grossen Hallen, die sogar heute noch existieren, eingelagert wurden. Ein Teil des Greyerzers wurde auf dem Markt in Genf abgesetzt. Der grösste Teil jedoch



wurde auf den Rücken von Maultieren geladen oder auf Wagen verfrachtet und setzte so seine Reise nach Italien oder Frankreich fort.

Die Rhone und ihre Windungen

In Richtung Lyon hatten die Konvois die Brücke von Seyssel in Hoch-Savoie zu passieren. Zwischen Genf und der grossen Stadt in Frankreich war es zu damaliger Zeit der einzige Rhoneübergang. Von da an wurden alle Waren auf der Rhone verschifft. Die Männer entluden die Wagenladungen und beglichen den Wegzoll. Dann schifften sie sich für eine 170 km lange Reise ein, auf einem Strom, der damals in keiner Weise mit dem heutigen Wasserweg zu vergleichen war. Es gab weder Dämme, noch Ausweichkanäle, keine Schleusen und auch keine Staumauern. Das Steuern war gefährlich, vor allem bei Hochwasser. Die Flussläufe nahmen dann plötzlich andere Windungen, führten Baumstrünke mit sich, überfluteten die dem Strom entlang führenden Wege und machten diese unsichtbar.

Vor Sault zwangen drei sich folgende

Stromschnellen, die Fracht, oder mindestens Teile davon, umzuladen. Richtung Meribel wechselte der Strom auf einer Länge von 15 km ständig sein Bett, verzweigte sich und liess viele Boote auf Grund laufen. Es mussten auch zahlreiche Zahlstellen passiert werden.

Lyon, Hauptstadt des Gruyère

Nach einer anstrengenden Reise von zwei bis drei Wochen, die aber auch länger dauern konnte, erreichten die Käse die zweite Stadt Frankreichs. Lyon war damals eine wichtige europäische Handels- und Bankmetropole. Mehrere Freiburger Händler, Agenten und Gehilfen, vor allem auch aus dem Greyerzerland, wohnten in der Stadt und verteidigten ihre Rechte und Privilegien. Um 1780 registrierte man in Lyon 36'000 verkaufte Greyerzer Laibe pro Jahr. Es erstaunt deshalb nicht, dass Lyon während rund zwei Jahrhunderten als Hauptstadt des Greyerzers betrachtet wurde. Der Käse wurde unter anderem auch von der französischen Marine geschätzt. Grosse Mengen wurden von Schiffen übernommen, die nach den afrikanischen

Küsten, den amerikanischen Inseln oder nach West- und Ostindien ausliefen. Daraus liess sich ohne weiteres ableiten, dass der Gruyère das erste globalisierte Schweizer Produkt ist!

Mit dem Begehen dieser historischen Route du Gruyère, will die Sortenorganisation an die Arbeit der Pioniere erinnern, gleich, ob es Milchproduzenten, Käser oder Käsehändler sind. Indem sie Risiken auf sich nahmen, aber vor allem von der Qualität des Gruyère überzeugt waren, haben diese Leute es ermöglicht, vor 10 Jahren die AOC zu erhalten. Diese verleiht heute dem Käse die notwendige Stosskraft und lässt uns die Zukunft vertrauensvoll in Angriff nehmen. Aber, wie die Reiseroute nach Lyon zeigt, nichts ist im Voraus gewonnen.



organisiert durch die Sortenorganisation Gruyère

Programm

Donnerstag, 12. Mai 2011

Abfahrt in der Grafenstadt Gruyères. Die gebasteten oder an Wagen gespannten Pferde transportieren Leute, Käselaiibe und Material.

Freitag, 13. Mai 2011

Eine Gruppe Männer und Pferde nimmt den Weg über die Berge über Montbovon und den Col de Jaman.

Die andere Gruppe nimmt die ehemalige Route, durchquert Bulle, Semsales und Blonay.

Samstag, 14. Mai 2011

Gegen 09.30 Uhr bis 10.00 Uhr, Ankunft auf dem Marktplatz in Vevey (Animation, Degustation von Gruyère AOC und lokale Weinsorten)

Anwesenheit der Gruyère-Bruderschaft, vertreten durch ihre Waadtländer Präfektur.

Die Laibe werden für den Transport in den 400 l Fässern verstaut. Diese werden auf die alttümliche Barke des Genfersees „La Vaudoise“, welche für den Warentransport bestimmt ist, verladen

Gegen 13.30 Uhr, Abfahrt der „La Vaudoise“

Gegen 17.00 Uhr, Ankunft in Rolle, von Bord gehen, Uebernachtung.

Sonntag, 15. Mai 2011

07.30 Abfahrt der „La Vaudoise“

10.30 Uhr, Ankunft im Hafen von Genf

Anwesenheit der Gruyère-Bruderschaft, vertreten durch ihre Genfer Präfektur Entladen der Fässer und Animation.

Aufladen der Fässer mit den Käselaiiben auf Pferdefuhrwerke.

14.30 Uhr, Abfahrt des Konvois hippomobil, abends, Bivak bei einem Landwirt in Bernex.

Montag, 16. Mai 2011

Der Konvoi verlässt Bernex, passiert die Grenze und hält in Savigny (Frankreich)

Bivak bei einem Landwirt, Animation, Fondue.

Dienstag, 17. Mai 2011

Der Konvoy verschiebt sich von Savigny nach Usinens

Bivak in ländlichem Ferienquartier.

Mittwoch, 18. Mai 2011

Verschieben von Usinens nach Seyssel Abladen der Fässer von den Pferdewagen und Beladen des Schiffes

Schiffahrt auf der Rhone von Seyssel bis Lyon.

Donnerstag, 19. Mai und Freitag 20. Mai 2011

Schiffahrt auf der Rhone mit Passieren verschiedener Schleusen.

Samstag, 21. Mai 2011

Gegen 09.30 Uhr – 10.00 Uhr, Ankunft des Schiffs „Rhone“ am Quai Antonin-Poncet in Lyon mit den Gruyère AOC Käselaiiben an Bord.

Ausladen der Fässer mit den Käselaiiben am Quai Antonin-Poncet

Umzug zum Hôtel-de-Ville

Nachmittags, Aufführung eines „Kapitels der Gruyère Bruderschaft“ im Saal des Hôtel-de-Ville. Bei dieser Gelegenheit werden verschiedene Persönlichkeiten aus Frankreich und der Schweiz intronisiert.

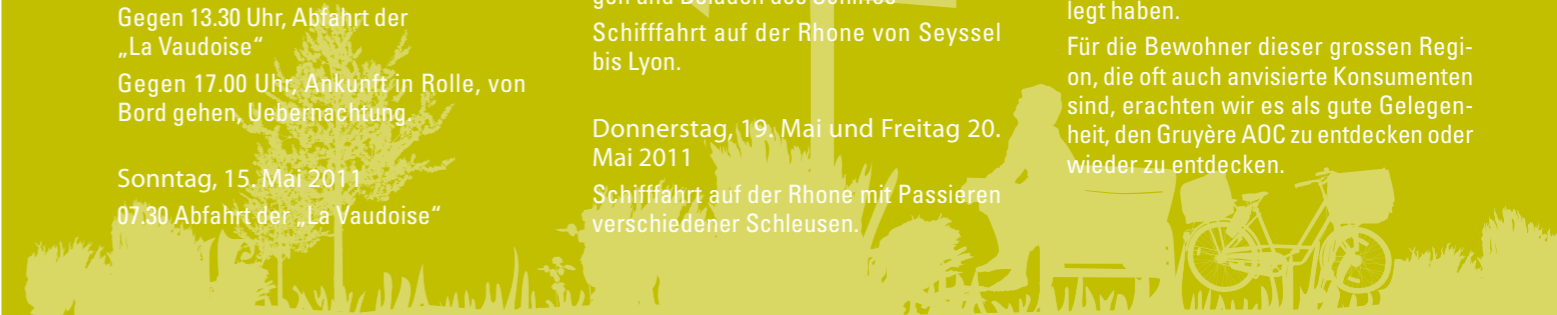
Animation im Zirkuszelt auf dem „Place de la République“. Während 10 Tagen wird in einem Restaurant mit rund 100 Plätzen Fondue moitié-moitié und Schweizer Weisswein serviert.

Sonntag, 22. Mai 2011

Fabrikation von Gruyère AOC auf dem Markt von St-Antoine, verkaufsfördernde Animation auf dem Markt des Halles in Lyon

Versteigerung der Käse, die den Parcours „La Route du Gruyère“ zurückgelegt haben.

Für die Bewohner dieser grossen Region, die oft auch anvisierte Konsumenten sind, erachten wir es als gute Gelegenheit, den Gruyère AOC zu entdecken oder wieder zu entdecken.



Swiss Cheese Awards

Le Gruyère AOC champion suisse toutes catégories

La fête était belle à Neuchâtel pour la 7^e édition des « Swiss Cheese Awards » qui se sont déroulées du 30 septembre au 3 octobre 2010. Le Gruyère AOC de Philippe Dénervaud de la fromagerie de Villarimboud a été nommé Champion suisse toutes catégories. En effet, le super-jury l'a choisi parmi les 25 champions suisses du fromage. Quant au Gruyère d'alpage AOC de Simon Renaud de la laiterie de Gimel, il a été désigné comme le meilleur de sa catégorie. Enfin, le Gruyère AOC de Blaise Christen de la fromagerie de La Joux-du-Plâne a obtenu le prix spécial décerné par 80 apprentis cuisiniers dans le cadre du prix Laboratoire du Goût Beau-Rivage. L'IPG leur adresse ses vives félicitations. Ces récompenses apportent la preuve du travail quotidien de haut niveau qui caractérise toute la filière. Elles rappellent aussi le dynamisme et l'amour du travail bien fait, deux qualités reconnues et partagées chaque jour par les producteurs, les fromagers et les affineurs.

Neuchâtel a été choisie pour cette 7^e édition, sur proposition de l'IPG. Pour la première fois, cet événement national faisait le pari de compléter le concours par un marché aux fromages au coeur de la ville. Ces Swiss Cheese Awards sont une opération de relations publiques à double vocation : d'une part, le concours permet la reconnaissance de l'excellence par les professionnels ; d'autre part, le marché des fromages organisé à cette occasion, permet d'aller à la rencontre des consommateurs. L'Oiseau a suivi pour vous le travail des experts, puis s'est promené dans le centre-ville de Neuchâtel, là où s'est déroulée la grande fête populaire et joyeuse autour des fromages.

Judi 30 septembre, patinoire du littoral à Neuchâtel

Dès que l'on passait la porte, on s'imprégnait de l'ambiance feutrée. On avait conscience de rentrer dans le saint des saints. Pas un geste brusque, pas un mot plus haut que l'autre. Des hommes, quelques femmes étaient penchés, quasi religieusement, sur des fromages de toutes sortes. Dans ce jury d'une centaine

de personnes, il y avait des représentants de l'économie fromagère, de la gastronomie, de la presse spécialisée. Tous humaient, touchaient, goûtaient avant de donner des notes à ces pâtes dures, mi-dures ou tendres qui font la fierté de leur fromager. Ils devaient choisir, selon des critères très précis, les 25 champions suisses parmi les 623 fromages alignés sur les tables.

Record de participation

623 fromages étaient en lice. Un record absolu (entre 400 et 420 les autres années). Le dernier fromage était arrivé le matin même par express. « Cette année, on a une preuve du dynamisme des artisans qui, malgré la vive concurrence, malgré la cherté du franc, sont venus en grand nombre, et avec des produits d'une diversité extraordinaire », expliquait Jacques Gygax, le nouveau directeur de Fromarte, qui organise la manifestation. Autre preuve du dynamisme de ces professionnels, la catégorie des nouveautés : une quarantaine de spécialités fromagères qui sont depuis moins de deux ans sur le marché.

C'était l'occasion pour les fromagers de les présenter et d'avoir l'appréciation d'un jury. Un repère important pour évaluer la qualité de leur produit et imaginer l'avenir.

Des fromages appréciés

Sur la centaine de membres du jury, une trentaine de spécialistes venaient de l'étranger ; il y avait des Italiens, des Français, des Belges et des Italiens. Ceux-ci ont apprécié les fromages qu'ils ont dégustés : « Si les Français nous rappellent qu'ils sont les champions des pâtes molles, ils disent aussi volontiers que nous sommes au top du top pour les pâtes dures et mi-dures », confiait Andreas Leibundgut, coordinateur du projet Swiss Cheese Award chez Fromarte, à l'issue du concours. La présence de ces spécialistes des pays voisins était donc aussi une manière de renforcer la notoriété de nos fromages dans le marché européen. Les consommateurs ont aussi pu apprécier le sérieux de ce concours et les qualités des fromages suisses. Ils ont eu la possibilité d'assister, depuis une galerie, à la notation des différents fromages, ce qui est inhabituel pour ce type de manifestation. De plus, dès le lendemain, ils ont pu voir les 25 fromages vainqueurs de

leur catégorie : ceux-ci étaient exposés, sous cloche, dans le Péristyle de l'Hôtel-de-Ville de Neuchâtel. Les badauds ont été nombreux, durant tout le week-end, à venir admirer ces fromages d'exception qui ont séduit le jury.

C'est aussi dans le Péristyle qu'on a pu assister à la remise du certificat AOC aux responsables du « Sauerkäse Bloderkäse AOC ». Ce fromage à pâte fraîche est le petit dernier des produits qui ont obtenu l'inscription au registre fédéral des AOC.

Vendredi, samedi et dimanche, la fête dans la rue

Dans le centre de Neuchâtel, le marché du fromage a battu son plein durant trois jours, sous un soleil radieux et une ambiance festive. Pour Mme Dominique Guyot, qui a coordonné l'événement, cette animation dans un centre-ville était une aubaine. La ville de Neuchâtel étant habituée à des manifestations d'envergure, elle dispose de services compétents qui facilitent grandement l'organisation. Raison pour laquelle tout s'est magnifiquement bien déroulé. De très nombreux consommateurs ont profité de faire une balade gourmande et festive dans la rue, en faisant halte

La plus belle « Holstein » d'Europe vient de Suisse

Au moment de boucler l'édition, nous tenons encore à féliciter plusieurs éleveurs qui se sont distingués lors du concours européen Holstein qui s'est déroulé le 30 octobre à Crémone en Italie.

Michel Castella, producteur de lait pour le Gruyère AOC à la fromagerie Sommentier dans la Glâne fribourgeoise est le propriétaire de la Holstein Castel James Jolie qui a remporté le titre de championne d'Europe de sa race.

L'Association Yerly, Pittet, Philipona qui livre sur les sites de production de Gruyère AOC d'Echarlens et de Marsens a présenté à ce concours la Redholstein Everdes Rustler Pépita qui a décroché le titre de championne d'Europe pour la race Redholstein.

Quelque 150 vaches provenant de 17 pays ont participé à ce concours qui se déroulera en 2013 à Forum Fribourg.

L'Interprofession du Gruyère adresse également ses félicitations à tous les autres éleveurs qui ont contribué au succès de la Suisse lors de ces joutes.

devant la quarantaine de chalets dédiés aux fromages suisses. Ils ont aussi assisté à des démonstrations de fabrication de Gruyère AOC dans le nouveau chalet de l'IPG et de la Confrérie du Gruyère ; ils se sont également essayés à la traite grâce à une vache factice. Ils ont pu écouter les cors des Alpes et sonneurs de toupins ou encore regarder la ménagerie d'animaux de ferme. Samedi a été également l'occasion d'un chapitre de la Confrérie du Gruyère qui s'est terminé par un cortège au travers du marché, rythmé par les Armourins (corps de musique bien connu de la Fête des vendanges). Il y avait vraiment de quoi rappeler à chacun que les fromages suisses, et en particulier Le Gruyère AOC, ont leur place autant lors des repas quotidiens que durant les loisirs et les rencontres festives. L'interprofession du Gruyère est ainsi fière d'avoir contribué par ses soutiens et son engagement au succès de cette manifestation. Elle adresse un grand merci à tout ceux qui ont fait de cette manifestation une fête réussie.

© Jean-Rodolphe Stucki

© Jean-Rodolphe Stucki



Autres concours durant cette année

Le Gruyère AOC a brillé lors des Championnats du monde de fromage à Madison aux Etats-Unis

Le Neuchâtelois Cédric Vuille de La Brévine a décroché le titre de champion du monde toutes catégories avec son Gruyère AOC affiné par Margot Fromages à Yverdon. Il était en concurrence avec 2300 fromages issus de 20 pays.

M. Michel Grossrieder de la fromagerie Moléson à Orsonnens est arrivé deuxième de la catégorie avec son Gruyère AOC affiné par Fromage Gruyère SA à Bulle.

M. Adrian Scheidegger de la fromagerie de Niedermuhren à Heitenried est arrivé troisième de la catégorie avec son Gruyère AOC affiné par von Mühlen SA à Guin.

L'IPG se réjouit de ces récompenses. Il adresse ses félicitations à ces fromagers, ainsi qu'aux producteurs de lait et aux affineurs. Ces médailles prouvent une fois de plus que le Gruyère AOC mérite une place de choix sur le marché international, grâce aux exigences respectées par tous les professionnels de la filière.

Le Gruyère AOC a été récompensé à de nombreuses reprises lors de l'International Cheese Award 2010, à Nantwich.

Plusieurs médailles d'or ont été remportées par :

M. Philippe Dénervaud de la fromagerie de Villarimboud pour son Gruyère

AOC affiné par Fromco à Moudon.

MM. Benoît et René Kolly de la fromagerie du Mouret pour leur Gruyère AOC affiné par Emmi à Kirchberg.

M. Gérald Raboud de la Maison Emmi Käse AG de Courgenay pour son Gruyère AOC affiné par Emmi à Kirchberg.

M. Franz Jungo de la fromagerie Strauss de St-Ursen pour son Gruyère AOC affiné par Von Mühlen SA à Guin.

Quant à M. Markus Sturny, de la fromagerie de Lanthen à Schmitten, il a remporté une médaille d'argent pour son Gruyère AOC affiné par Von Mühlen SA à Guin.

Enfin, M. Hanspeter Wälchli de la fromagerie de Lignières a remporté une médaille de bronze pour son Gruyère AOC affiné par Emmi à Kirchberg.

L'IPG félicite ces lauréats, ainsi que les producteurs de lait qui ont participé à cette réussite. C'est grâce à l'engagement quotidien de tous ces professionnels que notre fromage est reconnu au niveau international.

Le Gruyère d'alpage AOC a été primé lors du 10e Concours des fromages d'alpage de l'OLMA à St-Gall

Le jury a récompensé MM. Gilbert Magnin et Pierre André Golay pour leur Gruyère d'alpage AOC de l'alpage Les Grand-Plats du Vent, au Chenit, affiné par Fromage Gruyère SA à Bulle. Ils ont obtenu le premier prix.

La troisième place est revenue à Germain et Beat Piller pour leur Gruyère d'alpage AOC de La Vounetz à Charmey, affiné par la Coopérative d'alpage à Charmey.

La quatrième place a été attribuée à Hans Koenig pour son Gruyère d'alpage AOC de l'alpage La Vathia d'Avau affiné par la Coopérative d'alpage de Charmey.

La cinquième place est revenue à Pierre-André Barras pour son Gruyère d'alpage AOC de l'alpage Les Groins d'Enhaut, affiné par la Coopérative d'alpage de Charmey.

Jacques Ruffieux a obtenu une mention spéciale pour son Gruyère d'alpage AOC de l'Alpage Tissinévaz, affiné par la Coopérative d'alpage de Charmey.

L'IPG félicite ces gagnants pour la qualité de leur produit, due à une grande rigueur qui se retrouve tout au long de l'année : depuis les soins apportés aux bêtes jusqu'à l'affinage en passant par la fabrication du fromage. Cette qualité est le reflet de l'effort constant de notre filière pour amener ce produit d'excellence auprès des consommateurs.

Swiss Cheese Awards

Gruyère AOC, Schweizer Champion aller Kategorien

© Jean-Rodolphe Stucki

Es war ein schönes Fest in Neuenburg, wo zum siebten Mal vom 30. September bis 3. Oktober 2010 die „Swiss Cheese Awards“ durchgeführt wurden. Der Gruyère AOC von Philippe Dénervaud der Käserei Villarimboud wurde als Schweizer Champion aller Kategorien erkoren. Die Jury hat ihn aus 25 anderen Käse-Schweizermeistern ausgewählt. Beim Alp-Gruyère AOC wurde der Käse von Simon Renaud der Milchzentrale Gimel als bester seiner Kategorie bestimmt. Des weitern wurde der Gruyère AOC von Blaise Christen, Käserei La Joux-du-Plâne, der Spezialpreis für den geschmackvollsten Käse (Prix Laboratoire du Goût Beau-Rivage), durch 80 Kochlehrlinge ausgewählt, zuerkannt. Die Sortenorganisation gratuliert allen Gewinnern ganz herzlich. Diese Auszeichnungen sind der Beweis für eine konstante gewissenhafte Arbeitserledigung auf hohem Niveau, einer Eigenheit der ganzen Sortenorganisation. Sie erinnern uns aber auch an die Dynamik und an die Liebe zur Arbeit. Es sind dies zwei durch die Milchproduzenten, die Käser und die Affineure täglich gelebten Eigenschaften.

Neuenburg wurde für die Organisation der 7. Swiss Cheese Awards auf Vorschlag der Sortenorganisation Gruyère auserwählt. Zum ersten Mal gelangte dieses nationale Ereignis in Verbindung mit einem öffentlichen Käsemarkt inmitten einer Stadt zur Durchführung. Die Swiss Cheese Awards sind ein öffentliches Fest, dem eine doppelte Bestimmung zukommt. Einerseits bietet der Wettbewerb die Möglichkeit, die vortreffliche Arbeit der Käser anzuerkennen und, andererseits, ist der öffentliche Markt die Gelegenheit, um die Konsumenten zu treffen. L'Oiseau hat für Sie die Arbeit der Experten verfolgt und hat sich auch in der Stadt, wo das grosse Fest rund um den Käse stattfand, umgesehen.

Donnerstag, 30. September in der Kunsteisbahn

Kaum durch die Türe eingetreten, umgibt uns die gedämpfte Wettbewerbs-Atmosphäre. Man wird sich bewusst, im „Heiligtum“ angekommen zu sein. Keine schnelle Geste, kein Wort lauter ausgesprochen, als das andere. Männer und auch einige Damen beugen sich ehrfurchtsvoll über Käsesorten aller Art. Die aus rund 100 Personen bestehende Jury umfasst Fachleute des Käse- und

werbes, der Gastronomie und Journalisten der Fachpresse. Alle riechen, berühren und degustieren, bevor sie den Hart-, Halbhart- oder Weichkäse, dem Stolz ihres jeweiligen Käses, Noten erteilen. Sie haben aus den 623 auf den Tischen aufgereihten Käsevariationen gemäss den bestehenden, präzisen Vorgaben 25 Schweizermeister zu bestimmen.

Teilnahmerecord

Insgesamt wurden 623 verschiedene Variationen am Wettbewerb vorgestellt, ein absoluter Rekord. Früher waren es jeweils 400 bis 420. Der letzte Käse wurde sogar erst am Morgen des Wettbewerbs per Express angeliefert. „Dieses Jahr spüren wir die Dynamik der Käser, die trotz der grossen Konkurrenz und trotz des harten Frankens sehr zahlreich und mit einer ausserordentlichen Produktvielfalt am Wettbewerb teilnehmen“, erklärt Jacques Gygax, der neue Direktor von Fromarte, welche die Veranstaltung organisierte. Ein weiterer Beweis für das Drängen dieser Berufsleute ist die „Kategorie der Neuheiten“: Rund 40 Käsespezialitäten, die seit weniger als zwei Jahren auf dem Markt sind, konkurrieren in dieser Kategorie. Für die Käser bietet sich hier die perfekte Gelegenheit,



© Jean-Rodolphe Stucki

Die schönste „Holsteinerin“ Europas kommt aus der Schweiz

Kurz vor Redaktionsschluss liegt uns daran, mehreren Züchtern, die sich am europäischen Wettbewerb Holstein vom vergangenen 30. Oktober in Cremona, Italien, auszeichnen konnten, zu gratulieren.

Michel Castella, Gruyère AOC Milchproduzent in der Käserei Sommentier, im Tal der Glâne gelegen, ist Besitzer der Holsteinkuh „Castel James Jolie“, die den Titel als Europameisterin ihrer Rasse gewann.

Die Betriebsgemeinschaft Yerli, Pittet, Philippona, die ihre Milch an die beiden Gruyère AOC Produktions-Orte von Echarlens und von Marsens abliefern, hat an dem Wettbewerb mit der Red Holstein Kuh Everdes Rustler Pépita teilgenommen. Diese hat den Titel als Europameisterin der Red Holstein Rasse errungen.

Rund 150 Kühe aus 17 verschiedenen Ländern nahmen an dem Wettbewerb teil, welcher im Jahre 2013 im Forum Fribourg in Fribourg stattfinden wird.

Die Sortenorganisation Gruyère gratuliert auch allen anderen Teilnehmern, die anlässlich des Wettbewerbes in Cremona für den Erfolg der Schweiz mitgearbeitet haben.

schaft beigewohnt und versucht, die für diesen Zweck aufgestellte Kuhatrappe zu melken. Die Alphornbläser durften nicht fehlen, sowenig wie die ausgestellten Tiere des Bauernhofes. Am Samstag bot sich die Gelegenheit einer Aufführung eines Kapitels der Gruyère-Bruderschaft beizuwohnen. Diese endete unter Begleitung der Rhythmen der „Armourins“, einer durch das Winzerfest bestens bekannten Musikgesellschaft, mit einem Umzug über den ganzen Markt. Vieles bleibt uns in Erinnerung, vor allem aber stellen wir fest, dass der Schweizer Käse und der Gruyère AOC sowohl beim täglichen Essen, in der Freizeit und auch bei festlichen Ereignissen, einen ganz besonderen Platz einnehmen.

Die Sortenorganisation Gruyère ist stolz, dass auch sie mit ihrem Engagement zum guten Erfolg der Veranstaltung beitragen durfte. Sie dankt allen, die mitgeholfen haben, dieses Fest zu einem unvergesslichen Ereignis zu machen.

die Kreationen zu präsentieren und eine Einschätzung der Jury zu erhalten, ein wichtiger Anhaltspunkt, um die Qualität ihres Erzeugnisses mit anderen Produkten zu vergleichen und künftige Chancen einzuschätzen.

Geschätzte Käsesorten

Von den rund 100 Jurymitgliedern, kamen rund 30 Spezialisten aus dem Ausland. Italiener, Franzosen und Belgier waren vertreten. Diese haben die degustierten Käse sehr geschätzt. „Wenn die Franzosen uns daran erinnern, dass sie Weltmeister der Weichkäse seien, sagen sie im gleichen Atemzug, wir seien absolut top bei den Hart- und Halbhartkäsen, vertraut uns Andreas Leibundgut, Projekt-Koordinator für den Swiss Cheese Awards bei der Fromarte, am Schluss des Wettbewerbs an. Mit der Teilnahme der ausländischen Spezialisten wurde auch angestrebt, den Bekanntheitsgrad unserer Käse auf dem europäischen Markt zu erhöhen.

Auch die Konsumenten konnten sich von der Seriosität des Wettbewerbs und der hohen Qualität überzeugen, hatten sie doch die Möglichkeit, von einer Galerie aus, die Bewertung der verschiedenen Käse zu verfolgen, was anlässlich solcher Veranstaltungen sonst nicht üblich ist. Des weitern konnten sie am folgenden Tag die 25 Siegerkäse der jeweiligen Kategorie begutachten; diese waren

unter einer Käseglocke im Säulengang des Hôtel-de-Ville in Neuenburg ausgestellt. Zahlreich waren während des ganzen Wochenendes die Schaulustigen, die die verschiedenen Käse, die auch bei der Jury offensichtlich Gefallen fanden, bestaunten.

Der Säulengang diente auch dazu, um den Verantwortlichen des „Sauerkäse Bloderkäse“ das AOC-Zertifikat zu überreichen. Dieser Frischkäse ist zur Zeit das letzte Produkt, das im eidgenössischen AOC-Register Aufnahme gefunden hat.

Strassenfest am Freitag, Samstag und Sonntag

In den Strassen von Neuenburg war das Fest während den drei Tagen bei besten Wetterbedingungen in vollem Gang. Für Frau Dominique Guyot, Koordinations-Leiterin, war die Durchführung des Festes in den Strassen Neuenburgs ein voller Erfolg. Neuenburg ist sich gewohnt, Feste von grosser Bedeutung zu feiern und verfügt über kompetente Dienststellen, die die Organisation sehr erleichtern. Dies dürfte auch ein Grund dafür sein, dass alles reibungslos ablief. Sehr viele Konsumenten haben davon profitiert, einen Schlemmer-Spaziergang zu unternehmen und an den rund 40 speziell errichteten Verkaufs-Ständen Einkäufe zu tätigen. Sie haben auch der Fabrikation von Gruyère AOC im neuen Chalet der Gruyère Bruder-



Weitere Wettbewerbe

Anlässlich der Käse-Weltmeisterschaft in Madison, USA, hat der Gruyère AOC brillieren können.

Dem Neuenburger Cédric Vuille, La Brévine, wurde für seinen Gruyère AOC der Titel des Weltmeisters aller Kategorien verliehen. Der Käse wird von Margot Fromages, Yverdon, affiniert. Der Sieger wurde aus 2'300 verschiedenen Käsen aus 20 Ländern ermittelt.

Michel Grossrieder von der Käserei Moléson, Orsonnens, wurde mit seinem Gruyère AOC zweiter seiner Kategorie. Affiniert wird der Käse von Fromage Gruyère SA, Bulle.

Adrian Scheidegger von der Käserei Niedermuhren, Heitenried, wurde mit seinem Gruyère AOC Dritter seiner Kategorie. Affiniert wird der Käse durch von Mühlenen SA, Dürdingen.

Die Sortenorganisation freut sich über diese Erfolge. Sie beglückwünscht die Käser, aber auch deren Milchproduzenten und Affineure. Diese Medaillen beweisen einmal mehr, dass der Gruyère AOC, dank der Erfüllung der hohen Anforderungen durch die ganze Organisation, einen auserlesenen Platz auf dem internationalen Markt verdient.

Zahlreich waren die Auszeichnungen für den Gruyère AOC, die anlässlich des „Internationalen Cheese Award 2010“ in Nantwich erreicht wurden.

Mehrere Goldmedaillen wurden errungen:

Philippe Dénervaud von der Käserei Villarimboud für seinen Gruyère AOC, affiniert durch Fromco SA, Moudon.

Benoît und René Kolly von der Käserei von Le Mouret für ihren Gruyère AOC, affiniert durch Emmi, Kirchberg.

Gérald Raboud von der Emmi Käse AG, Courgenay, für seinen Gruyère AOC, affiniert durch Emmi, Kirchberg.

Franz Jungo von der Käserei Strauss, St.-Ursen, für seinen Gruyère AOC, affiniert durch von Mühlenen SA, Dürdingen.

Die Silbermedaille errang Markus Sturiny von der Käserei Lanthen, Schmiten, für seinen Gruyère AOC, affiniert durch von Mühlenen SA, Dürdingen.

Die Bronzemedaille errang Hanspeter Wälchli von der Käserei Lignièrès, für seinen Gruyère AOC, affiniert durch Emmi, Kirchberg.

Die Sortenorganisation Gruyère gratuliert den Gewinnern, aber auch den Milchproduzenten und Affineuren, die zu diesem Erfolg beigetragen haben. Nur dank der täglichen, sorgsam verrichteten Arbeit dieser Profis ist unser Käse auf internationaler Ebene anerkannt.

Am 10. Alpkäse-Wettbewerb anlässlich der St. Galler OLMA wurde folgender Alp-Gruyère ausgezeichnet:

Die Jury hat Gilbert Magnien und Pierre Golay für ihren Alp-Gruyère AOC von der Alp „Les Grand-Plats du Vent“ in Le Chenit, affiniert durch Fromage Gruyère SA, mit dem 1. Rang ausgezeichnet.

Der dritte Rang wurde Germain und Beat Piller für ihren Alp-Gruyère AOC von der Alp „La Vounetz“, Charmey, affiniert durch die Alpgenossenschaft Charmey, zuerkannt.

Den vierten Rang hat Hans König mit seinem Alp-Gruyère AOC der Alp „La Vathia d'Avau“ affiniert durch die Alpgenossenschaft Charmey, erreicht.

Den fünften Rang sicherte sich Pierre-André Barras mit seinem Alp-Gruyère AOC der Alp „Les Groins d'Enhaut“, affiniert durch die Alpgenossenschaft Charmey.

Der Spezialpreis wurde Jacques Ruffieux für seinen Alp-Gruyère AOC der Alp „Tissinévaz“, affiniert durch die Alpgenossenschaft Charmey, zugesprochen.

Die Sortenorganisation gratuliert den Gewinnern für die Produktequalität, die nur durch die tägliche Strenge bei der Arbeit vom Kuhstall über die Fabrikation bis zur Affinage ermöglicht wird. Diese Qualität ist das Spiegelbild der ständigen Bemühungen der Sortenorganisation, um diese ausgezeichneten Produkte zu den Konsumenten zu bringen.

Du Gruyère AOC sur les plateaux des passagers de SWISS

Du Gruyère AOC, de l'Emmentaler AOC et de l'Appenzeller sont servis à bord des avions de Swiss International Air Lines au départ de Suisse pour tous les vols intercontinentaux. Ces fromages d'excellence en remplacent d'autres qui étaient servis sur les plateaux jusqu'à présent. La compagnie helvétique entend ainsi renforcer l'image de « swissness » qu'elle veut offrir à ses passagers.

En outre, en septembre, octobre et novembre dernier, des fromages suisses artisanaux se sont également retrouvés sur les plateaux-repas des passagers de First et Business Class.

En effet, dans le cadre de son programme de restauration gastronomique à bord, SWISS a mis en valeur la Table d'Edgar et ses spécialités servies au Lausanne Palace & Spa. Les clients ont pu savourer du Gruyère AOC, du Maréchal, de l'Etivaz AOC, de la Tomme Fleurette.

Enseignes lumineuses et plaques en alu

Dans la promotion d'un produit, l'image joue un rôle prépondérant. Fort de ce constat, l'IPG a proposé aux fromagers des enseignes lumineuses et proposera aux producteurs de lait des plaques en alu. Les premières sont déjà apposées devant les laiteries, les secondes le seront devant les fermes, à un endroit bien visible. Cela donnera une unité, une cohésion et une visibilité accrue à toute la filière. 80 fromagers ont déjà joué le jeu. Quant aux 3'000 producteurs de lait, ils recevront leur plaque en alu par l'intermédiaire de leur laiterie. Les fermiers d'alpage qui fabriquent du Gruyère d'alpage AOC ne sont pas oubliés. Le printemps prochain, ils pourront monter à l'alpage avec leur plaque.



Gruyère AOC auf dem Tablett der SWISS Passagiere

Den Passagieren der Internationalen Fluggesellschaft SWISS werden auf den aus der Schweiz abgehenden interkontinentalen Flugrouten auf ihren Tablets Gruyère AOC, Emmentaler AOC und Appenzeller serviert. Diese vorzüglichen Käse ersetzen den bisher servierten Camembert. Mit dieser Massnahme versucht die Fluggesellschaft, das Image der „Swissness“, bei den Passagieren zu verstärken.

Des weitern konnten in den vergangenen Monaten September, Oktober und November, gewerblich hergestellte Schweizerkäse auf dem Serviertablett der First- und Business-Klasse gefunden werden. Im Rahmen ihres gastronomischen Restaurations-Programms an Bord, hat SWISS den „Table-d'Edgar“ und dessen Spezialitäten, wie sie im Lausanne Palace & Spa serviert werden, eingeführt. Die Kunden konnten unter Gruyère AOC, Maréchal, l'Etivaz AOC oder Tomme Fleurette, eine Auswahl treffen.

Leuchtreklamen und Aluminium-Schilder

In der Verkaufsförderung, kommt dem Image eines Produktes eine entscheidende Rolle zu. In Kenntnis dieser Tatsache, hat die Sortenorganisation den Käsern einheitlich gestaltete Leuchtreklamen vorgeschlagen. Den Milchproduzenten werden Aluminium-Platten empfohlen. Während die ersteren bereits vor den Käsereien angebracht sind, sollten die Metall-Schilder an einem gut sichtbaren Ort vor den Bauernbetrieben montiert werden. Diese Massnahme wird der ganzen Organisation ein stärkeres Gefühl der Einheit verleihen, zu grösserem Zusammenhalt und damit zur allgemeinen Stärkung beitragen.

Rund 80 Käser sind bis heute unserem Aufruf gefolgt. Die rund 3'000 Milchproduzenten erhalten das Aluminium-Schild durch ihre Käserei- oder Milchgenossenschaft. Auch die Alpbewirtschafter, welche Alp-Gruyère AOC herstellen, haben wir nicht vergessen. Sie werden im nächsten Frühjahr mit den Aluminium-Platten im Gepäck, auf die Alpbetriebe aufsteigen können.



Succès du Gruyère AOC à Barcelone



Le Gruyère AOC a marqué de sa présence les 20^e Championnats d'Europe d'athlétisme qui se sont déroulés du 27 juillet au 1^{er} août 2010 à Barcelone. En tant que partenaire principal, notre logo était visible dans le stade olympique du Montjuïc, lorsque les 1370 athlètes ont foulé le terrain. Et cela en valait la peine : quelque 35'000 spectateurs quotidiens ont assisté à cette compétition, tandis que les télévisions ont retransmis pas moins de 1'000 heures d'athlétisme.

De plus, l'IPG était sur place pour mettre en valeur notre produit. Deux stands Gruyère AOC accueillait le public. L'un proposait aux visiteurs de déguster deux sortes de Gruyère AOC, tandis que des hôtesses donnaient des informations sur notre pâte dure. Environ 100'000 portions



de Gruyère AOC ont été mises en dégustation dans la zone publique. L'autre stand proposait des animations et des jeux sur le thème du Gruyère AOC. Le succès et la bonne humeur étaient au rendez-vous.

Durant ces championnats, le Gruyère AOC avait l'exclusivité de ce type de produits sur tout le site. Les restaurants, les stands et les kiosques utilisaient uniquement du Gruyère AOC. Les autres fromages étaient exclus. Les spectateurs ont pu manger des sandwiches au Gruyère AOC et des cannellonis gratinés avec notre pâte dure. L'IPG a fourni aux quatre traiteurs du Gruyère AOC pour la dégustation, tandis que ceux-ci achetaient notre fromage pour les intégrer dans les repas. Ces commerçants ont redoublé de créativité pour intégrer

le Gruyère AOC dans des plats originaux. Un exemple qui mériterait d'être suivi en Suisse.

L'IPG a aussi été présent à la cérémonie d'ouverture officielle avec toutes les personnalités politiques de Barcelone et de la Catalogne. Une grande table était dévolue à la dégustation de plusieurs Gruyère AOC qui avaient des maturités différentes.

Notre présence à Barcelone fait partie d'un contrat signé avec l'association européenne d'athlétisme qui organise plusieurs événements par année. L'IPG compte parmi les partenaires principaux de l'athlétisme européens. Au cours de l'année, il participe à plusieurs Championnats d'Europe de Cross-country et Championnats d'Europe indoor. Il sera

aussi de la partie lors des Championnats d'Europe d'athlétisme en salle à Paris en 2011. Il participera aussi aux Championnats d'Europe d'athlétisme à Helsinki en 2012 et à Zurich en 2014. Dans ces villes, il aura une belle visibilité sur le terrain et dans le cadre du stade, ainsi qu'à la TV.



Rappel

400 tonnes de Gruyère AOC sont vendues en Espagne. Dans la plupart des supermarchés de Barcelone, on trouve du Gruyère AOC, de 6 mois d'âge. Pour son travail en collaboration avec SCM, l'IPG souhaite accroître la présence d'un Gruyère AOC plus affiné.

Autres manifestations

Succès renouvelé de la hot-fondue au Paléo

Une fois de plus, le Gruyère AOC a été remarqué au Paléo Festival de Nyon. 10'000 festivaliers ont dégusté une hot-fondue.

Dégustation de produits AOC

Le Gruyère AOC était présent avec d'autres produits AOC à la Fête fédérale de lutte à Frauenfeld. En effet, l'association suisse des AOC-IGP avait monté un stand durant cet événement suisse. Il s'agissait de montrer combien les produits AOC-IGP font entièrement partie de la tradition : ils sont uniquement fabriqués dans leur région d'origine selon une recette ancienne et avec un savoir faire traditionnel. C'est ainsi que notre hot-fondue côtoyait le « Rheintaler Ribelmais AOC » (ancienne variété de maïs), les rosettes de Tête de Moine et la St. Galler Kalbsbratwurst IGP notamment. 250'000 personnes ont participé à la fête.

Erfolg für Gruyère AOC in Barcelona

An den 20. Leichtathletik-Europameisterschaften vom 27. Juli bis 1. August 2010 in Barcelona, war auch Gruyère AOC vertreten. Als Hauptpartner des Leichtathletik-Verbandes, war unser Logo während der ganzen Dauer der von total 1'370 Athleten bestrittenen Wettkämpfen im Olympia-Stadion von Montjuich vertreten. Der Aufwand lohnte sich, besuchten doch täglich mehr als 35'000 Zuschauer die Wettbewerbe, und die verschiedenen Fernsehketten übertrugen die Veranstaltungen während nicht weniger als 1'000 Stunden.

Die Sortenorganisation war vor Ort, um an zwei Ständen den Gästen den Gruyère AOC näher zu bringen. Zwei Sorten von Gruyère AOC wurden den Zuschauern an einem Stand

zum Degustieren angeboten, und fachkundige Hostessen gaben dazu die nötigen Infos ab. Rund 100'000 Degustations-Portionen wurden so in der Besucherzone dargereicht. Am anderen Stand wurde zu Animations-Spielen über die Kenntnisse von Gruyère AOC eingeladen. Verbunden mit gesundem Humor, war die Aktion sehr erfolgreich.

Während der Dauer des Championats hatte Gruyère AOC das Exklusivrecht auf dem ganzen Wettkampfgelände. Restaurants, Verkaufsstände und Kioske verwendeten nur Gruyère AOC. Der Verkauf anderer Käsesorten war untersagt. Die Zuschauer konnten Sandwiches mit Gruyère AOC und mit unserem Käse gratinierte Cannelonis essen. Die Sortenorganisation

gab den vier Traiteuren Gruyère AOC für die Degustationen ab, während diese den Käse für die Zubereitung ihrer Speisen bei uns kauften. Mit doppelter Kreativität haben die Traiteure Gruyère AOC zur Herstellung ihrer Originalgerichte verwendet. Ein Beispiel, welches es verdienen würde, auch in der Schweiz angewandt zu werden.

Selbst an der offiziellen Eröffnungszeremonie mit allen politischen Persönlichkeiten von Barcelona und dem Teilstaat Kataloniens, war Gruyère AOC zugegen. Auf einem grossen für die Degustation zubereiteten Tisch wurden mehrere Gruyère AOC in verschiedenen Reifegraden dargeboten.



Unsere Anwesenheit in Barcelona stützte sich auf einen Vertrag mit dem Europäischen Leichtathletik-Verband ab, der jährlich verschiedene Sport-Anlässe organisiert. Die IPG zählt zu den wichtigsten Partnern der europäischen Leichtathletik. Während des Jahres ist sie deshalb an verschiedenen Europameisterschaften im Cross-country und an Hallen-Europameisterschaften dabei. Sie wird auch anlässlich der Halleneuropameisterschaften 2011 in Paris dabei

sein. Die Teilnahmen an den Leichtathletik-Europameisterschaften in Helsinki 2012 und in Zürich 2014 sind fest eingeplant. Wir schätzen die Möglichkeiten, um in diesen Städten unseren Hartkäse bekannt zu machen, als sehr hoch ein, sowohl in den Stadien oder deren Umfeld, als auch bei den Fernsehübertragungen.



Zur Erinnerung

Rund 400 Tonnen von Gruyère AOC werden in Spanien abgesetzt. In den meisten grossen Einkaufszentren von Barcelona finden wir den Gruyère AOC mit einem Alter von rund sechs Monaten. Es ist Ziel der gemeinsamen Bemühungen der SCM und der Sortenorganisation, den Spaniern künftig einen etwas reiferen Gruyère AOC schmackhaft zu machen.

Andere Veranstaltungen

Neuer Erfolg mit „Hot-Fondue“, am Paleo-Festival. Einmal mehr war Gruyère AOC am Paleo-Festival in Nyon vertreten, wo rund 10'000 Besucher unser „Hot-Fondue“ genossen.

„Hot-Fondue“ in Frauenfeld
Am Eidgenössischen Schwing- und Aelplerfest in Frauenfeld durfte Gruyère AOC gemeinsam mit anderen AOC-Produkten nicht fehlen. Die Schweizerische Vereinigung der AOC-IGP (GUB – GGA) betreute während des Festes einen Stand. Es ging darum, aufzuzeigen, wie die GUB – GGA Produkte in der Tradition verwurzelt sind und nur in ihrem Ursprungsgebiet gemäss alten Rezepturen und traditionellem Fachwissen fabriziert werden. So wurde unser „Hot-Fondue“ gemeinsam mit dem „Rheintaler Ribelmals AOC“ (eine alte lokale Maissorte), den Rosetten des Tête de Moine AOC und der St. Galler Kalbsbratwurst GGA angeboten. Am Fest wurden über 250'000 Besucher gezählt.

Le Gruyère AOC aux côtés des futurs athlètes suisses

La finale suisse du MILLE GRUYÈRE a été une véritable fête de la course à pied. Dans le Stade du Sihlhölzli à Zurich, les 250 athlètes se sont montrés impressionnants. Cette compétition, organisée par Swiss Athletics, réunissait les meilleurs coureurs de demi-fond de toute la Suisse, âgés de dix à quinze ans. L'Interprofession du Gruyère soutient activement cette manifestation, et elle poursuivra ce partenariat l'année prochaine. Cette compétition est en adéquation complète avec l'image que notre fromage veut donner de lui-même. Elle permet à de jeunes sportifs de se faire remarquer et de progresser. Un objectif qui prend encore plus de sens dans la perspective des Championnats d'Europe de Zurich

qui auront lieu en 2014. Il est à relever qu'Andrina Schläpfer, championne du Mille Gruyère en 2007, a cette année obtenu la médaille d'argent au « Youth Olympic Games » de Singapour.

Exigence et stimulation

« J'aime le MILLE GRUYÈRE. Les courses y sont rapides, tactiques et pleines d'action », voilà ce qu'a dit Axel Joye (CARE Vevey), vainqueur chez les M12. Rahel Weinekötter (TV Unterseen) - troisième, deuxième et première ces dernières années - surrenchérit: « La finale du MILLE GRUYÈRE est chaque année un truc spécial, une course simplement trop cool. »

Et en plus, c'est un truc qui fonce : presque tous les douze vainqueurs

ont réussi à établir un nouveau record personnel. Quatre d'entre eux sont parvenus à rééditer leur triomphe de l'an dernier : Shannon Keller (LAR Bischofszell), Rahel Turtschi (TV Spiez), Jasmin Giger (TV St. Peterzell) et Ryan Wyss (LC Fortuna Oberbaselbiet). En jetant un œil sur la liste de meilleurs Suisses, on a tôt fait de remarquer que les meilleurs chronos sur 1000 m sont chaque année réalisés dans le cadre de la finale du MILLE GRUYÈRE. Ces courses sont exigeantes, et les jeunes coureurs stimulés.

« C'est un beau spectacle de talents, les meilleurs ne cherchent pas à s'éviter mais se disputent ouvertement la victoire », témoigne Sandra Gasser, l'ancienne athlète de pointe et coach de discipline pour les jeunes

à Swiss Athletics.

Le MILLE GRUYÈRE ? On en parle même à l'étranger. Tobias Abfalter (KTV Oberriet), le vice-champion d'Autriche U18 des 1500 m, a fait le voyage d'Innsbruck/Tirol tout exprès : « Je me suis qualifié pour la finale dans le canton d'Appenzell. Ici, le niveau est extrêmement élevé. » Et ce n'est pas tout : après avoir remporté la course des M15, il s'est d'abord réjoui de recevoir « un bon morceau de fromage suisse ».

Félicitations de la part des politiques

Le conseiller communal Gerold Lauber s'est particulièrement enthousiasmé : « Ces jeunes coureurs me motivent à bouger encore davantage. »



Pour l'année prochaine

Bonne nouvelle pour tous les jeunes talents de demi-fond : le MILLE GRUYÈRE aura de nouveau lieu en 2011 ! Le Gruyère AOC et Mizuno continuent à soutenir le projet jeunesse de Swiss Athletics. Le mode de qualification reste le même qu'en 2010. Au printemps/été 2011, les jeunes cracks de la course à pied pourront de nouveau se qualifier pour la grande finale suisse du 1000 mètres dans le cadre d'une des 12 finales régionales. Avec des bons chronos à la clé ! Tous les écoliers de 7 à 15 ans peuvent participer aux épreuves :

Les infos sur les qualifications et dates seront disponibles en début d'année prochaine : <http://www.millegruyere.ch>.

Gruyère AOC unterstützt junge Leichtathleten

Das Finale des „MILLE GRUYÈRE“, durchgeführt im Stadion Sihlhölzli in Zürich, war ein tolles, beeindruckendes Läuferfest mit 250 Athleten. Der von Swiss Athletics organisierte Wettkampf vereinigte die besten Mittelstrecken-Läuferinnen und Läufer der Schweiz im Alter von 10 bis 15 Jahren. Die Sortenorganisation Gruyère unterstützt diese Wettkämpfe aktiv und wird auch nächstes Jahr wieder als Partner dabei sein, denn diese Rennen passen ausgezeichnet zum frischen Image, das unser Käse von sich vermitteln will. Die Wettkämpfe gestatten den jungen Sportlern, sich durch ihre Leistungen bemerkbar zu machen; ein Ziel, das im Hinblick auf die Europameisterschaften in Zürich im 2014 noch mehr Sinn

ergibt. Zur Erinnerung: Andrina Schläpfer, die Siegerin des „MILLE GRUYÈRE“ von 2007, hat sich dieses Jahr an den „Youth Olympic Games“ in Singapore die Silbermedaille erkämpft.

Gefördert und gefordert zugleich

„Ich liebe den „MILLE GRUYÈRE!“ Die Rennen hier sind schnell, taktisch und voller Aktion“, meint Axel Joye (CARE Vevey), Sieger bei den M12. Rahel Weinekötter (TV Unterseen) – in den letzten drei Jahren Dritte, Zweite und Siegerin, schiebt nach: „Das Finale des „MILLE GRUYÈRE“ ist jedes Jahr ein besonderes Highlight, einfach ein cooles Rennen.“

Fast alle der zwölf Kategorien-Siegerinnen und Sieger stellten eine neue

persönliche Bestleistung auf. Vier von ihnen konnten gar ihre Titel vom Vorjahr verteidigen. Es waren dies: Shannen Keller (LAR Bischofszell), Rahel Turtschi (TV Spiez), Jasmin Giger (TV St. Peterzell) und Ryan Wyss (LC Fortuna Oberbaselbiet).

Ein Blick in die Schweizer Saisonbestenliste zeigt: Die schnellsten 1'000m Zeiten werden beim Nachwuchs im Finale des „MILLE GRUYÈRE“ gelaufen. Hier werden die jungen Läuferinnen und Läufer gefördert und auch gefordert. „Es ist schön, die Talente zu sehen. Die besten weichen einander nicht aus, sondern machen sich gegenseitig den Sieg streitig“, bestätigt auch Sandra Gasser, die frühere Spitzenläuferin und heutiger Disziplincocach für den Nachwuchs bei Swiss Athletics.

Vom „MILLE GRUYÈRE“ spricht man sogar im nahen Ausland. So ist Tobias Abfalder (KTV Oberriet), der österreichische U18 Vizemeister über 1500m extra von Innsbruck/Tirol angereist. „Ich habe mich im Kanton Appenzell für den Final qualifiziert. Das Niveau hier ist extrem hoch.“ Das ist aber nicht alles: Nach seinem Sieg in der M15 Kategorie, hat er sich zuerst „auf ein gutes Stück Schweizer Käse“, gefreut.

Lob seitens der Politik

Ganz besonders begeistert zeigte sich der Zürcher Stadtrat Gerold Lauber: „Diese Nachwuchsläuferinnen und Nachwuchsläufer motivieren, mich selbst wieder mehr zu bewegen.“ Der Vorsteher des Schul- und Sportdepartements, der bereits sieben

Mal am Zürich Marathon teilnahm, und auch mithilfe, die Europameisterschaften der Leichtathletik 2014 ins Letzigrund zu holen, meinte: „Hätte es zu meiner Zeit solche Wettkämpfe gegeben, ich hätte bestimmt daran teilgenommen.“



Pläne für nächstes Jahr

Gute Kunde für die Talente der Mittelstrecken: Auch 2011 wird der „MILLE GRUYÈRE“ durchgeführt! Gruyère AOC als Leading-Partner und Mizuno unterstützen weiterhin das Nachwuchsprojekt von Swiss Athletics. Der Qualifikationsmodus bleibt derselbe wie im 2010. Im Frühjahr/Sommer 2011 werden sich die jungen Cracks von neuem in einem der zwölf regionalen Finals für den grossen Final über 1'000 Meter qualifizieren können. Gute Laufzeiten sind der Schlüssel fürs Mitmachen. Alle Schüler von 7 bis 15 Jahren können an den Wettkämpfen teilnehmen. Die Infos bezüglich Qualifikationen und Daten werden anfangs 2011 erhältlich sein.
<http://www.millegruyere.ch>



Le Gruyère AOC associé à de grandes manifestations



Fribourg Gottéron

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

Giant Xtour 2010

Après les qualifications cantonales, la finale aura lieu le 12 mars 2011. Cette compétition interscolaire attire cette année pas moins de 2000 participants.

www.giantxtour.ch

Raquette Aventure

du 28 décembre au 28 mars 2011, 13 étapes en Suisse romande et en Suisse alémanique. Le principe est simple : une balade en raquettes et une fondue moitié-moitié à l'arrivée pour la somme de CHF 40,-, matériel et ravitaillement compris.

www.raquette-aventure.ch

Le Gruyère European Curling Championships

Du 3 au 11 décembre 2010, la compétition se tiendra à Champéry pour le groupe A et à Monthey pour le groupe B.

www.ecc2010.ch

Coupe du Monde de ski alpin dames à St. Moritz

Les 11 et 12 décembre, avec un Super-G le samedi et un slalom géant le dimanche.

www.skiworldcup.stmoritz.ch

Spar european Cross Country Championships

Les 11 et 12 décembre à Albufeira, Portugal.

www.albufeira2010.com

Courses masculines de ski FIS à Adelboden

Du 7 au 9 janvier 2011. Slalom géant et slalom spécial. Les meilleurs skieurs au monde se retrouveront sur le légendaire Chuenisbärgli.

www.weltpcup-adelboden.ch

Swiss expo

Du 13 au 16 janvier, ce Salon d'agriculture et Concours internationaux bovins a lieu à Beaulieu Lausanne. Il réunit l'ensemble des professionnels de la branche.

www.salonagriculture.ch

Le Salon International de l'Agriculture de Paris, SIA

Du 19 au 27 février, 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.

www.salon-agriculture.com

European Athletics Indoor Championships à Paris

Du 4 au 6 mars 2011, les champions d'Europe d'athlétisme auront lieu dans le Palais Omnisports de Paris Bercy.

www.paris-2011.com

La Foire internationale de Lyon

Du 18 au 28 mars 2011, 100'000 m2 d'exposition et un lieu de découverte, de culture, de bien-être et de bonnes affaires. L'IPG aura un stand de dégustation et un restaurant qui servira de la fondue moitié-moitié.

www.foiredelyon.com

Le Tour de Romandie

Du 26 avril au 1er mai, pour sa 65e édition, les villes étapes sont les suivantes.

Mardi 26.4 :
Prologue à Martigny

Mercredi 27.4 :
Martigny – Leysin (étape en ligne)

Jeudi 28.4 :
Romont – Romont (étape en ligne)

Vendredi 29.4 :
Thierrens – Neuchâtel (étape en ligne)

Samedi 30.4 :
Signal-de-Bougy (contre-la-montre)

Dimanche 1.5 :
Champagne (canton de Vaud) – Genève (étape en ligne)

www.tourderomandie.ch

La BEA à Berne

Du 29 avril au 8 mai, la grande foire du printemps de l'Espace Mittelland. Une plate-forme idéale pour fidéliser les consommateurs et en acquérir de nouveaux.

www.beapferd.ch

La Luga à Lucerne

Du 29 avril au 8 mai, la grande foire d'exposition de Suisse centrale.

www.luga.ch/luga

La Route du Gruyère AOC Suisse

Du 11 au 19 juin, le Gruyère AOC Suisse prend la route jusqu'à Lyon pour une reconstitution de la route historique du Gruyère. (voir le programme et l'article aux pages 22 - 24).

Le Tour de Suisse

Du 11 au 19 juin: les villes étapes sont les suivantes :

Samedi 11 juin :
Lugano - Lugano

Dimanche 12 juin :
Airolo - Crans-Montana

Lundi 13 juin:

Brig-Glis - Grindelwald

Mardi 14 juin:

Grindelwald - Huttwil

Mercredi 15 juin:

Huttwil – Tobel-Tägerschen

Jeudi 16 juin:

Tobel-Tägerschen - Malbun

Vendredi 17 juin:

Vaduz – Serfaus-Fiss-Ladis

Samedi 18 juin:

Tübach - Schaffhouse

Dimanche 19 juin:

Contre-la-montre Schaffhouse - Schaffhouse

www.tds.ch



Grosse Veranstaltungen

mit Gruyère AOC

Fribourg Gottéron

Während des ganzen Winters Partnerschaft mit dem HC Gottéron. Dieser trägt auf seinem Maillot die Gruyère Farben. Auch im Umfeld des Eisfeldes sind die Farben des Gruyère AOC präsent.

www.gotteron.ch

Giant XTOUR 2010

Nach den kantonalen Qualifikationen findet der Final am 12. März 2011 statt. An diesem für Schüler geschaffenen Wettkampf werden dieses Jahr rund 2'000 Jugendliche teilnehmen.

www.giantxtour.ch

Schneeschuh-Abenteuer

Vom 28. Dezember bis 28. März 2011 an 13 Orten in der Romandie und der Deutschschweiz. Das Prinzip ist einfach: ein Marsch mit Schneeschuhen und ein Fondue moitié-moitié bei der Ankunft für Fr. 40.-, Kosten für Verpflegung und Material inbegriffen.

www.raquette-aventure.ch

Europameisterschaften im Curling

Vom 03. Dezember bis 11. Dezember 2010. Die Wettkämpfe finden für die Gruppe A in Champéry, für die Gruppe B in Monthey statt.

www.ecc2010.ch

Skiweltcup der Damen in St. Moritz

Am 11. und 12. Dezember 2010, mit Super-G am Samstag und Riesenslalom am Sonntag.

www.skiworldcup.stmoritz.ch

Spar Europameisterschaften im Cross Country

Am 11. und 12. Dezember 2010 in Albufeira, Portugal.

www.albufeira2010.com

FIS Skirennen der Männer in Adelboden

Vom 7. bis 9. Januar 2011, Riesenslalom und Spezialschlalom. Die besten Skifahrer der Welt finden sich am legendären Chuenisbärgli ein.

www.weltcup-adelboden.ch

Swissexpo

Vom 13. bis 16. Januar 2011. Diese landwirtschaftliche Ausstellung mit international ausgerichtetem Viehzucht Wettbewerb findet im Beaulieu, Lausanne, statt. Die Experten der Branche werden anwesend sein.

www.salonagriculture.ch

Salon International de l'Agriculture de Paris (SIA)

Vom 19. bis 27. Februar 2011. Treffpunkt der französischen und internationalen Landwirtschaft mit ihrer Vielfalt und Reichhaltigkeit. Alle Vertreter der weltweiten Landwirtschaft sind in gemütlicher Ambiance versammelt.

www.salon-agriculture.com

European Athletics Indoor Championships à Paris

Leichtathletik Hallen Europameisterschaften in Paris.

www.paris-2011.com

Internationale Messe von Lyon vom 18. bis 28. März 2011

Ausstellungen auf 100'000 m2. Ein Ort der Entdeckungen für Kultur, Wohlbefinden und gute Geschäfte. Die Sortenorganisation ist mit einem Degustations-Stand und einem Restaurant vor Ort, welches Fondue moitié-moitié anbietet.

www.foiredelyon.com

Tour de Romandie

Vom 26. April bis 1. Mai 2011. Anlässlich der 65. Durchführung sind folgende Etappenorte vorgesehen:

Dienstag, 26.04.:
Prolog in Martigny

Mittwoch, 27.04.:
Martigny - Leysin

Donnerstag, 28.04.:
Romont - Romont

Freitag, 29.04.:
Thierrens - Neuenburg

Samstag, 30.04.:
Signal-de-Bougy (Zeitfahren)

Sonntag, 01.05.:
Champagne (VD) - Genf
www.tourderomandie.ch

BEA in Bern

Vom 29. April bis 8. Mai 2011. Die grosse Frühlingsmesse des Espace Mittellandes. Der ideale Ort, um treue Kunden zu belohnen und neue Kunden zu gewinnen.

www.beapferd.ch

Luga in Luzern

Vom 29. April bis 8. Mai 2011. Die grosse Messeausstellung der Zentralschweiz.

www.luga.ch/luga

Die Route des Schweizer Gruyère AOC

Vom 11. bis 19. Juni 2011. Der Schweizer Gruyère AOC legt die Wegstrecke nach Lyon zurück, um die historische Gruyère-Route wieder zu eröffnen. (Siehe Bericht und Programm auf Seiten 25 bis 27).

Tour de Suisse

Vom 11. bis 19. Juni 2011 mit folgenden Etappenorten:

Samstag, 11. Juni:
Lugano - Lugano

Sonntag, 12. Juni:
Airolo - Crans-Montana

Montag, 13. Juni:
Brig-Glis - Grindelwald

Dienstag, 14. Juni:
Grindelwald - Huttwil

Mittwoch, 15. Juni:
Huttwil - Tobel-Tägertschen

Donnerstag, 16. Juni:
Tobel-Tägertschen - Malbun

Freitag, 17. Juni:
Vaduz - Serfaus - Fiss - Ladis

Samstag, 18. Juni:
Tübach - Schaffhausen

Sonntag, 19. Juni:
Schaffhausen - Schaffhausen (Zeitfahren).

www.tds.ch



Monsieur Othmar Dubach et Monsieur Gilles Margot

Changement au sein du comité de l'Interprofession du Gruyère

Monsieur Othmar Dubach, de la Maison Emmi, quitte le comité de l'Interprofession du Gruyère. Il est remplacé par Monsieur Gilles Margot, de Margot Fromages SA à Yverdon-les-Bains.

Wechsel im Vorstand der Sortenorganisation Gruyère

Herr Othmar Dubach, von der Firma Emmi, verlässt den Vorstand der Sortenorganisation Gruyère. Er wird ersetzt durch Herrn Gilles Margot, von Margot Käse SA, Yverdon-les-Bains.



Salade de pâtes au Gruyère AOC

Pour 4 personnes

300 g de pâtes, farfalles p. ex.

Sel

1 oignon

1 gousse d'ail

100 g de shiitake ou autres champignons

4 c. à s. d'huile d'olive

Poivre

2 cuisses de poulet grillées

300 g de carottes

180 g de Gruyère AOC

1 bouquet de persil plat

½ bouquet de coriandre

1 pot de yogourt nature (180 g)

2 c. à s. de jus de citron

2 c. à c. de poudre de curry doux

Cuire les pâtes al dente dans l'eau salée, les égoutter et les passer sous l'eau froide.

Hacher finement l'oignon et l'ail. Couper les gros champignons en deux ou en quatre. Faire chauffer 1 cuillère à soupe d'huile, y faire revenir les champignons, puis l'oignon et l'ail. Saler et poivrer.

Détacher la viande des cuisses de poulet et les détailler en lamelles. Éplucher les carottes et les râper avec la râpe à rösti. Râper également grossièrement le Gruyère AOC. Détacher les feuilles de persil et de coriandre de leurs tiges.

Préparer une sauce avec le reste de l'huile d'olive, le yogourt, le jus de citron, la poudre de curry, le sel et le poivre. Ajouter tous les ingrédients à la sauce et mélanger.

Curry-Teigwarensalat mit Gruyère AOC

Für 4 Personen

300 g Teigwaren, z. B. Farfalle

Salz

1 Zwiebel

1 Knoblauchzehe

100 g Shiitakepilze oder Champignons

4 EL Olivenöl

Pfeffer

2 grillierte Pouletschenkel

300 g Rüeblli

180 g Gruyère AOC

1 Bund flache Petersilie

½ Bund Koriander

1 Becher Naturejoghurt (180 g)

2 EL Zitronensaft

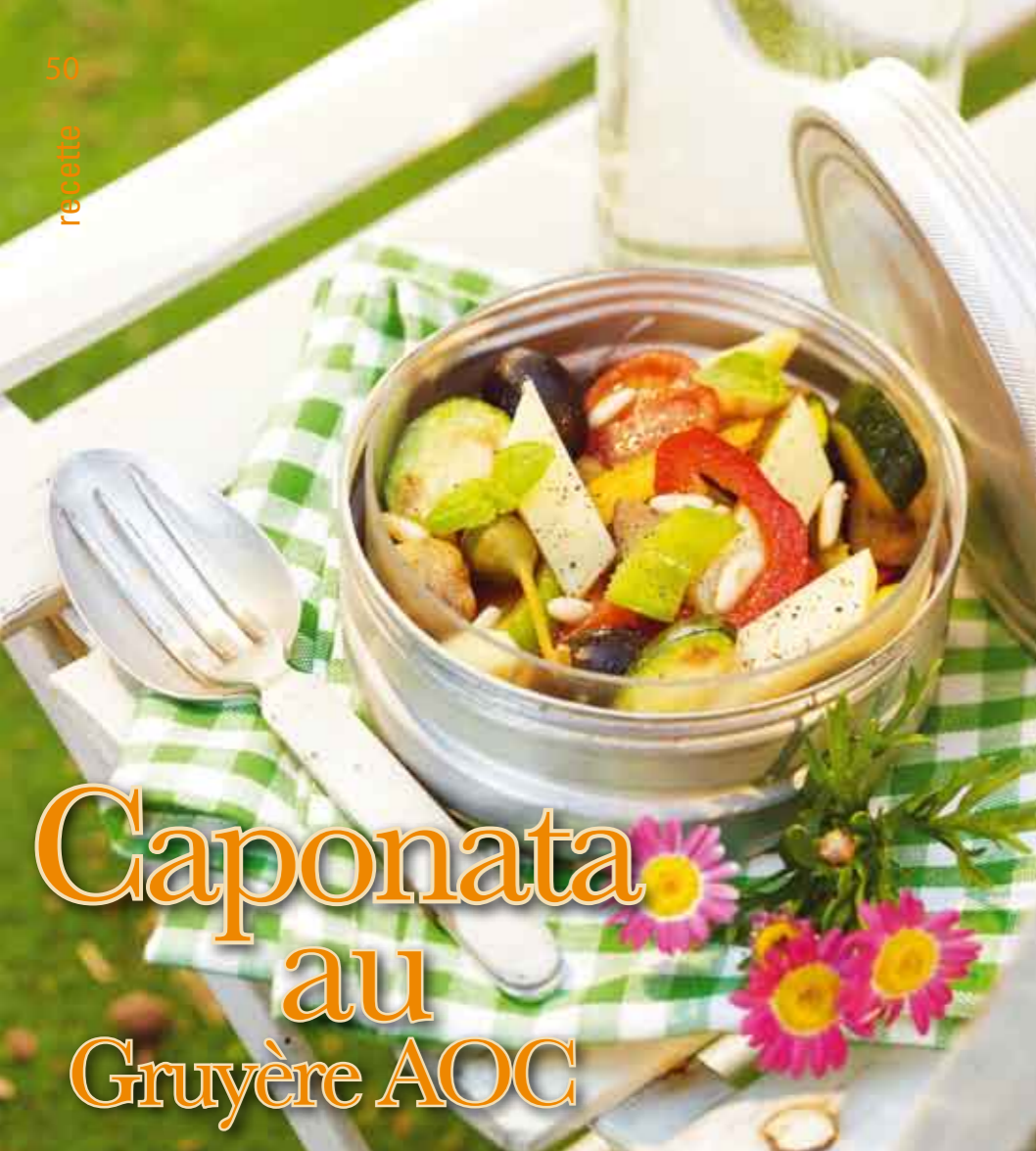
2 TL mildes Currypulver

Teigwaren in Salzwasser al dente kochen, abgessen und kalt abschrecken.

Zwiebel und Knoblauch fein hacken. Grosse Pilze halbieren oder vierteln. 1 Esslöffel Öl erhitzen, Pilze anbraten, Zwiebeln und Knoblauch mitbraten. Mit Salz und Pfeffer würzen.

Fleisch von den Pouletschenkeln lösen und in Streifen zupfen. Rüeblli schälen und auf der Röstiraffel reiben. Gruyère AOC ebenfalls grob raffeln. Petersilie- und Korianderblätter von den Stielen zupfen.

Restliches Olivenöl mit Joghurt, Zitronensaft, Currypulver, Salz und Pfeffer zu einer Sauce verrühren. Alle Zutaten mit der Sauce mischen.



Caponata au Gruyère AOC

Pour 4 personnes

- 1 aubergine
- Sel
- 1 courgette
- 2 branches de céleri
- 1 poivron jaune
- 1 poivron rouge
- 200 g de tomates cerise
- 4 c. à s. d'huile d'olive
- 1 c. à c. de sucre
- 3 à 5 c. à s. de vinaigre
- Poivre
- 3 c. à s. de pignons de pin
- 175 g de Gruyère AOC salé
- 2 c. à s. de câpres
- 75 g d'olives noires
- Quelques feuilles de basilic

Couper l'aubergine en morceaux de 1 à 2 cm, saupoudrer de sel et laisser reposer 1 heure. Couper la courgette en deux dans le sens de la longueur et détailler des morceaux. Découper les branches de céleri en rondelles. Couper les poivrons en lamelles et les tomates cerise en deux.

Sécher les morceaux d'aubergine en les tamponnant avec du papier ménager et les faire revenir dans 2 cuillères à soupe d'huile d'olive. Les retirer de la poêle. Chauffer le reste de l'huile, ajouter la courgette, le céleri et les poivrons et faire revenir 3 à 5 minutes. Ajouter l'aubergine, les tomates, le sucre et le vinaigre et faire bouillir brièvement. Saler, poivrer et laisser refroidir.

Faire dorer les pignons de pin dans une poêle à frire. Couper le Gruyère AOC en lamelles. Mélanger le Gruyère AOC aux légumes avec les pignons de pin, les câpres et les olives. Parsemer de feuilles de basilic.

Gruyère AOC- Caponata

Für 4 Personen

- 1 Aubergine
- Salz
- 1 Zucchini
- 2 Stängel Stangensellerie
- 1 gelbe Peperoni
- 1 rote Peperoni
- 200 g Cherrytomaten
- 4 EL Olivenöl
- 1 TL Zucker
- 3-5 EL Essig
- Pfeffer
- 3 EL Pinienkerne
- 175 g rezepter Gruyère AOC
- 2 EL Kapern
- 75 g schwarze Oliven
- einige Basilikumblätter

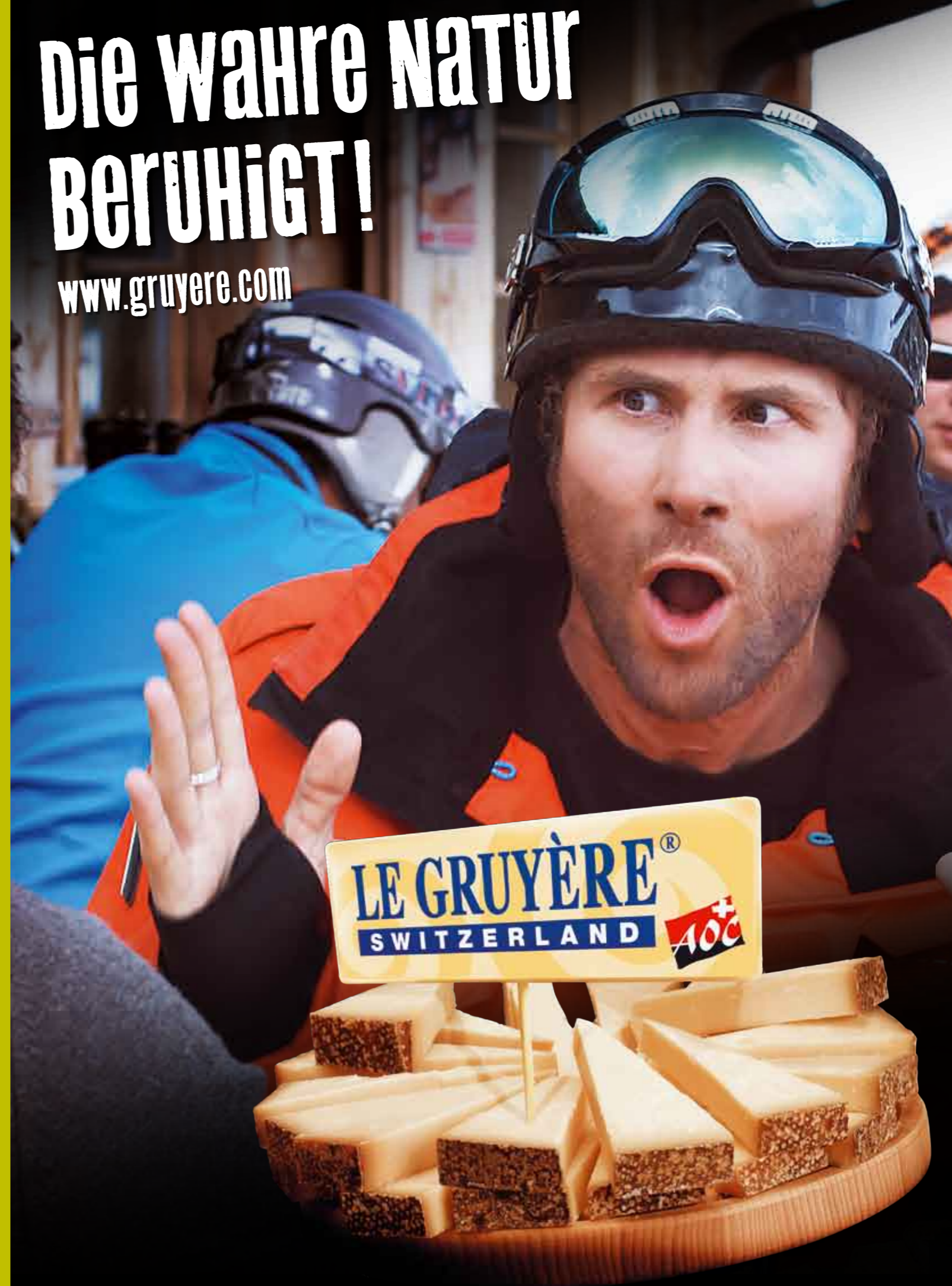
Aubergine in 1-2 cm grosse Würfel schneiden, mit Salz bestreuen und 1 Stunde stehen lassen. Zucchini längs halbieren, in Stücke schneiden. Stangensellerie scheideln. Peperoni in Streifen schneiden. Cherrytomaten halbieren.

Auberginenwürfel mit Haushaltspapier trockentupfen, in 2 Esslöffel Olivenöl anbraten. Aus der Pfanne nehmen. Restliches Öl erhitzen, Zucchini, Stangensellerie und Peperoni zufügen und 3-5 Minuten braten. Auberginen, Tomaten, Zucker und Essig zufügen und kurz aufkochen. Mit Salz und Pfeffer würzen, auskühlen lassen.

Pinienkerne in der Bratpfanne hellbraun rösten. Gruyère AOC in Stängel schneiden. Gruyère AOC mit den Pinienkernen, Kapern und Oliven unter das Gemüse mischen. Basilikumblätter darüber streuen.

Die wahre Natur BERUHIGT!

www.gruyere.com



L' Interprofession du Gruyère vous souhaite
Die Sortenorganisation Gruyère entbietet Ihnen

de belles **Fêtes**
schöne
Festtage



ainsi qu'une excellente année 2011
und wünscht allen ein gutes und erfolgreiches 2011

Les bureaux de l'Interprofession du Gruyère
seront fermés du 22 décembre 2010 à 12h00
au 3 janvier 2011 à 07h30.

En cas d'urgence vous pouvez atteindre
Monsieur Marc Gendre au 079 628.43.29

Die Büros der Sortenorganisation Gruyère
sind ab 22. Dezember 2010, 12.00 Uhr,
bis 03. Januar 2011, 07.30 Uhr, geschlossen.
In dringenden Fällen ist Herr Marc Gendre unter
Tel.-Nr. 079 628 43 29 erreichbar.

 Interprofession
du **GRUYÈRE**
Case Postale 12
CH-1663 Gruyères
Tél. +41 26 921 84 10
Fax. +41 26 921 84 11
URL: <http://www.gruyere.com>
E-mail: interprofession@gruyere.com



LE GRUYÈRE[®]
SWITZERLAND 